

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA PEDAGOGIJU

**ZNAČAJ MEDIJA U SLOBODNOM VREMENU:  
ADOLESCENTSKA PERSPEKTIVA**

Diplomski rad

Marina Križić

Mentor: Prof. dr. sc. Vlatko Previšić

Zagreb, 2016.

## SADRŽAJ

Uvod .....	5
I. TEORIJSKI DIO	
1	Pojmovna konceptualizacija slobodnog vremena ..... 7
1.1	Uvodna razmišljanja o fenomenu slobodnog vremena ..... 7
1.2	O pojmu <i>dokolice</i> u antici ..... 9
1.3	Dokolica ili slobodno vrijeme – suvremene interpretacije..... 12
1.3.1	Prema definiciji slobodnog vremena ..... 16
1.4	Utjecaj medija u slobodnom vremenu ..... 19
2	Adolescentno razdoblje..... 21
2.1	Univerzalne značajke adolescencije ..... 22
2.2	Izgradnja identiteta ..... 26
2.3	Vršnjački odnosi i slobodno vrijeme ..... 28
3	Masovni mediji..... 32
3.1	Što su mediji? ..... 35
3.2	Internet – globalna tehnološka i informatička mreža ..... 37
3.3	Internet – nova dokolica? ..... 39
3.3.1	Slobodno vrijeme adolescenata – <i>homo zappiensa</i> ..... 41
3.4	Posljedice digitalne dokolice na odgojne vrijednosti ..... 42
3.5	Mediji i odgoj za medije..... 44
3.5.1	Medijska pedagogija..... 46
3.6	Multimedijsko slobodno vrijeme..... 48
II. EMPIRIJSKI DIO	
4	Predmet, cilj, problem i hipoteze istraživanja ..... 50
4.1	Metodologija – korištene metode i tehnike ..... 51
4.1.1	Odabir uzorka i postupak prikupljanja podataka..... 51

4.1.2	Instrument istraživanja i metoda obrade podataka .....	52
4.2	Rezultati istraživanja i rasprava.....	52
5	ZAKLJUČAK .....	79
6	LITERATURA.....	83
7	PRILOZI.....	87

## **Značaj medija u slobodnom vremenu: adolescentska perspektiva**

### **Sažetak**

*U radu se polazi od problemske konstatacije prema kojoj je multimedijско okruženje kao način provođenja slobodnog vremena toliko postao dominantan da sustavno prožima društvenu zbilju i kulturnu praksu. U općoj ekspanziji digitalnih medija promijenili su se načini informiranja i komunikacije, a u odnosu na tradicionalne medije internet je postao platforma za formiranje (virtualnih) identiteta net generacija. Pripadnike net generi karakterizira životni stil digitalnog svijeta, oni funkcioniraju kad su umreženi. Društvene mreže su postale nova popularna odredišta za vršnjačko druženje i razmjenu iskustava, ideja i sadržaja.*

*Cilj istraživanja bio je utvrditi načine provođenja slobodnog vremena te kakvu ulogu igraju mediji (internet) u istom. Tijekom istraživanja anketirana su 73 ispitanika adolescentske dobi, a njihovi odgovori razmatrani su u kontekstu važnosti i funkcije interneta u njihovom slobodnom vremenu. Utvrđeno je da ispitanici u svom svakodnevnom i slobodnom vremenu percipiraju internet kao neizostavnu matricu svog životnog stila – oni su homo zappiensi, pobornici digitalne kulture posredovane kiberprostorom. Stoga se u ovom radu na temelju literature postavlja pitanje o utjecajima i djelovanju masmedija na aktivnosti u slobodnom vremenu mladih. Kritički se promišlja o utjecaju digitalnih medija na oblikovanje stavova i navika te stvaranje novih obrazaca ponašanja koji se povezuju s negativnim odgojnim kvalitetama i koje mlade pretvara u pasivne pojedince.*

*U radu se analizira dokolica ili slobodno vrijeme kao prostor za kvalitetan razvoj pojedinca i usvajanje prosocijalnog ponašanja. Nakon ekspliciranja adolescencije kao razvojnog razdoblja i uloge medija (osobito interneta) kao socijalizacijskog agensa na obilježja provođenja slobodnog vremena i formiranje identiteta, informira se o dosadašnjim teorijskim pristupima sa stajališta pedagogije slobodnog vremena, teorije medija i medijske pedagogije. Obzirom da digitalni i virtualni svijet predstavljaju autonomni prostor slobode za nove komunikacijske oblike i zabavne sadržaje, predlaže se stjecanje medijske kompetencije (informiranje i kritička recepcija medija) u odgojno-obrazovnoj domeni.*

**Ključne riječi:** *Internet, multimedijско slobodno vrijeme, digitalni urođenici, virtualna komunikacija*

## **The role of social media in leisure time: adolescents' perspective**

### **Abstract**

*This thesis takes as a point of reference the idea that the multimedia environment as a way of spending leisure time has become so dominant that it forms an essential part of social reality and cultural practice. The ways of communicating and receiving information have changed in the expansion of digital media, and with regard to the traditional media, the Internet has become a platform for creating (virtual) identities of the Net-Generation. The members of the Net-Generation are characterized by a digital-world lifestyle and they go about their lives when they are networked. The social networks have become popular destinations for peer-to-peer socialization and exchange of experience, ideas and content.*

*The aim of this research was to explore the ways of spending leisure time and the role of the media (the Internet) in it. The research included a survey of 73 adolescents, and their answers were analyzed in the context of the importance and role of the Internet in their leisure time. It has been established that the participants perceive the Internet as an indispensable component of their lifestyle – they are Homo Zappiens, the advocates of digital culture in the cyberspace. Therefore, the main question raised in this work refers to the influence and effect of the mass media on shaping attitudes, habits and new patterns of behavior which are connected to negative education qualities and which turn the young into passive individuals.*

*The present work analyses leisure time as a potential space for qualitative development of the individual and adoption of prosocial behavior. After developing the concept of adolescence as a developmental period and defining the role of the media (especially the Internet) as an agent of socialization which influences the ways of spending leisure time and forming an identity, an overview of theoretical approaches, such as leisure-time pedagogy, media studies and media pedagogy is given. Taking into account that the digital and virtual worlds represent autonomous space available for new forms of communication and entertaining content, it is suggested that the media competence (obtaining information and critical media reception) should be acquired in the domain of education.*

**Keywords:** *the Internet, multimedia leisure time, digital natives, digital communication*

## Uvod

Internet – tehnološki i društveni zaokret. Informacijska tehnologija i virtualna komunikacija su temelji novog, informacijskog, postmodernog čovjeka. Suvremeno društvo karakterizira dinamična, globalna, virtualna, kibernetička komunikacija i organizacijski sustavi. Zbog interaktivnosti digitalni je postao kulturnim teritorijem. Zbog svoje digitalne prirode internet se nametnuo kao najpopularniji medij. On potencijalnom korisniku omogućuje dostupnost i dijeljenje informacija, razmjene ideja i iskustva; korisnik bira, pretražuje sadržaje, kombinira medije; putem pretraživačkih programa i linkova, ovisno o preferencijama, istražuje informacijske izvore, ovog, često zvanog *panoptikuma*. U današnje vrijeme se World Wide Web definira kao platforma za različite sadržaje i aplikacije, a koja pak zbog svog visokobrzinskog širokopojasnog pristupa predstavlja pokretač inovacija i trendova za razliku od svojih elektroničkih prethodnika.

Brojni teoretičari, sociolozi, pedagozi, medijski kritičari, kulturolozi vide u internetu tehnologiju koja utječe na pojedinca i društvo, međutim, njihovi stavovi variraju. Neki naglašavaju pozitivne prednosti - demokratičnost, decentraliziranost, pluralizam, drugi su pak skeptični glede virtualnog svijeta i fluidnih subjektiviteta (identiteta). Internet svakako ima i svoje korisničke i tehnološke karakteristike, čiji je način rada napravio preokret i u ljudskoj percepciji, prvenstveno zbog različitih oblika računalnih simulacija i n-dimenzija, ali najinteresantnija promjena koju je izazvala računalna platforma je *on line* komunikacija.

Razvojem informacijskih tehnologija i interaktivnih medija današnje društvo uživa nove prakse multimedijalnog okruženja. Svijet je postao globalno selo, internet personalizirana služba za zabavu i informiranje. Usprkos brojnim kritikama, upućenih na račun generiranja sadržaja na internetu, ovaj softverski alat je zbog svojih karakteristika prihvaćen od milijuna korisnika i dio je društvene infrastrukture. Unatoč kompleksnostima i kontradikcijama, rizicima i kontraverzama, njegov *image* ostavio je trajne posljedice na društvo i kulturu.

U ovom radu analiziralo se slobodno vrijeme koje karakterizira multimedijско okruženje i sadržaji. Teorijska analiza razrađena je kroz tri poglavlja. Prvo poglavlje obuhvaća pojavu slobodnog vremena kao fenomena, ponajprije sa stajališta sociološke i pedagoške analize. Ponuđene su definicije slobodnog vremena, njegov karakter i funkcije. Napravljena je distinkcija između slobodnog vremena i njemu srodnih pojmova. Kroz društveni i povijesni kontekst opisali smo dokolicu ili slobodno vrijeme prema aristotelovskoj viziji i suvremenim interpretacijama.

Drugo poglavlje nudi prikaz adolescencije kao razvojnog razdoblja. U ovom dijelu istaknute su osnovne značajke rane, srednje i kasne adolescencije. Obzirom da formiranje identiteta u adolescentskoj dobi predstavlja dinamičan proces, a vršnjačke interakcije važan socijalizacijski okvir za stjecanje autentičnog *selfa* i zdrav kognitivni i socioemocionalni razvoj pojedinca, ovo poglavlje se referira na spoznaje iz područja razvojne psihologije i psihologije adolescencije.

Treće poglavlje bavi se paradigmom medija. Najveću pozornost poklanja se internetu kao *meta mediju*, koji je zbog svoje interaktivnosti i digitalne pozadine najpopularniji masmedij. Ovdje smo se osvrnuli na tehnološke prednosti interneta u odnosu na tradicionalne medije, istaknuli njegove karakteristike i ulogu u suvremenom društvu. Prikazali smo recentna istraživanja u pogledu utjecaja novih tehnologija i medijskih sadržaja na odgojne vrijednosti i ponašanje adolescenata. Ovo poglavlje oslanja se na teoriju medija, medijsku kritiku i medijsku pedagogiju. Nove komunikacijske tehnologije, mišljenja su stručnjaci, predstavljaju novu platformu za društveno umrežavanje *net generi*. Stoga, u ovom poglavlju posebnu pažnju posvećujemo tzv. digitalnoj generaciji *homo zappiensa*, koji zbog svojih specifičnih karakteristika – brzina, dijeljenje, interakcija, umreženost – provode svoje slobodno vrijeme u virtualnim zajednicama, tj. *cyberprostoru*.

Ovaj rad promišlja o dominaciji medija (osobito interneta) u slobodnom vremenu adolescenata. Iako ovaj masmedij predstavlja kreativan poticaj u brojnim segmentima, u radu se promišlja o pedagoškim aspektima te kreacije i globalnog okruženja na razvoj mladih ljudi. Nadalje, odgojno-obrazovna promišljanja također idu u smjeru kritičkog promišljanja o medijima i medijskim sadržajima kroz djelatnost medijske pedagogije.

Cilj ovog rada je preispitati navike korištenja interneta u slobodnom vremenu među adolescentima. Istraživanje provedeno u sklopu ovog diplomskog rada daje odgovore na pitanja o načinima provođenja slobodnog vremena te svrsi, navikama i učestalosti korištenja interneta. Dok nove generacije grade identitet u virtualnom prostoru, odgojno-obrazovne znanosti pokušavaju uskladiti svoje parametre s paradigmom *kiborga*.

## I. TEORIJSKI DIO

### 1. Pojemovna konceptualizacija slobodnog vremena

#### 1. 1. Uvodna razmišljanja o fenomenu slobodnog vremena

O fenomenu *slobodnog vremena* svjedoče brojne teorije i istraživanja, proistekla iz razmišljanja o značajkama provođenja slobodnog vremena kao neizostavne matrice životnog stila u postindustrijskom društvu. Taj slobodni prostor ili poligon dokolice ne predstavlja samo određeni način ponašanja integriran u životnom stilu određenog sociokulturnog okruženja kao svakodnevna rutina ili praksa, *slobodno vrijeme* je u zadnjih nekoliko desetljeća postao kanon u društvenim znanostima (Rojek i sur., 2006). Ta je „univerzalna društvena pojava“, kako ju je prezentirao Janković (Janković, 1967, 9), i danas u urbanom, postindustrijskom i globalnom svijetu od akademskog interesa. Smatra se da su psihologija i sociologija te kulturalne studije ponajprije doprinijele istraživanju slobodnog vremena. Danas govorimo o disciplini, koja, iako povezana s tradicionalnom dihotomijom rad – slobodno vrijeme, sve više uvodi inovacije u svojoj metodologiji, konceptima i teoriji (Rojek i sur., 2006).

Od antičkog svijeta, kada se binarna opozicija rad-dokolica slikovito prikazivala kao „Pakao“ i „Nebo“ (Despot, 1976, 6) pa do danas, kada masovno potrošačko društvo u globaliziranom i užurbanom svijetu „kupuje“ slobodno vrijeme i provodi ga „po istim obrascima“ (Polić, 2003, 28), prošla su stoljeća. Prema aristotelovskoj viziji, „'dokolica' je sadržajno, kreativno i stvaralačko vrijeme“, čovjekova aktivnost „izvan nužnosti i korisnosti“, radi „stvari koje su lijepe“ (Aristotel, 1988, Artić, 2009, 286). Jesu li ti zakoni „Istine, Lijepa i Dobra“ (Despot, 6) mjerilo današnjeg provođenja dokolice? Danas su, ističe Polić, ljudi zahvaćeni „kapitalističkim ludilom“ i žrtvuju svoju dokolicu kako bi „zarađenim novcem mogli kupiti besposlicu u kojoj će moći teško zarađeni novac trošiti na stvari koje im u biti ne trebaju“ (Polić, 2003, 28).

Osim konzumerizma, koji je postao stil života i koji je na dominantan način integriran u slobodnom prostoru pojedinca (Artić, 2009), nove tehnologije su otvorile jedinstvene i radikalno nove mogućnosti te na inovativan način probrazile svakodnevnicu i komunikaciju, pojedinca i društvo te time njegov rad i slobodno vrijeme. Iskustva takozvane *net-generacije*, njihovo ponašanje i stil života se uvelike razlikuju od onih generacija prošlog stoljeća, kada nisu postojali Google, Facebook, YouTube i pametni telefoni (Tapscott, 2009). Najpopularniji



masmedij, internet, je izazvao *boom* u društvenom, kulturnom, političkom te odgojno-obrazovnom životu te transformirao svijet kao niti jedan medij prije njega. Nove informacijske tehnologije, aplikacije i društvene mreže su za nove generacije sasvim prirodna pojava, kao zrak, tvrdi Tapscott, jer su ove generacije odrasle na digitalnoj platformi (ibid.).

Dok suvremena istraživanja upućuju na konzumeristički stil života, a autori kako je slobodno vrijeme poprimilo „obilježje potrošačke kulture“ (Mlinarević i sur., 2007, 83), pedagozi postavljaju pitanje kako odgajati u slobodnom vremenu, kako stvoriti optimalne uvjete za provođenje slobodnog vremena u cilju ostvarivanja, osim njegove temeljne uloge, a to su „odmor, razonoda i samoostvarivanje“ i „razvojno-preventivnu ulogu u životu mladeži“ (ibid.). Kada govorimo o potencijalnom utjecaju masmedija na stil života mladih, istraživače ponajprije interesiraju „masovni mediji kao socijalizacijski agens“, navodi Ilišin (Ilišin, 2003, 11). Upravo u vrijeme adolescencije, kada se mlada osoba oblikuje i kada je „proces socijalizacije najintenzivniji“ (ibid.) potrebno je, kako navodi Previšić, intencionalno djelovati u slobodnom vremenu (Previšić, 2000). Slobodno vrijeme dakle ima određene funkcije kroz koje se ostvaruje cjelokupni razvoj mlade osobe ili drugim riječima: „Ako je nedovoljno osmišljen i vođen, prostor slobodnog vremena može imati negativne implikacije u formiranju ličnosti“ (Mlinarević, 2004, Mlinarević i sur., 2007, 83). U tom smislu, kako navodi Previšić, zadatak pedagogije slobodnog vremena kao znanosti je naznačiti „pedagošku artikulaciju i odgojne implikacije slobodnog vremena kao pojave“ (Previšić, 2000, 408).

Dostignuća u znanosti i tehnologijama, globalizacija i masovni mediji promijenili su obrasce provođenja slobodnog vremena i aspiracije mladih. Taj virtualni društveni prostor je u istraživanju slobodnog vremena neizostavna dimenzija, i kako pokazuju brojna istraživanja od posebnog interesa za odgojne znanosti. Pitanje koje se nameće je: Kako ulagati u dokolicu kako bi se pridonijelo kvaliteti života pojedinca, odnosno kako učiniti dokolicu potrebom? Tek kad je dokolica po mjeri pojedinca ona ima potencijal koji pogoduje stvaralaštvu i koji rezultira učenjem i razvojem. Polić s pravom citira Kunderu, koji podsjeća na zaboravljeno vrijeme dokoličarenja te koji se u današnjem užurbanom svijetu pita: „Zašto je nestalo užitka polaganosti?“ (Kundera, 1997, Polić, 2003, 31). Danas su ljudi nesretni, konstatira Polić, jer dokoličarenje nije profitabilno, nije po mjeri logike kapitala (Polić, 2003).

Međutim, kako se ne bismo previše udaljili od principa *vrijednosti* u slobodnom vremenu, potrebno je za početak usprotiviti se društveno-ekonomskim posljedicama i djelovanjima

World Wide Web - dinamike te razmotriti poimanje slobodnog vremena, odnosno njegov *kredo*.

Teoretičari na različite načine definiraju slobodno vrijeme, ovisno o percepciji, funkciji i polazištu te razumijevanju ovog fenomena. Svakako vrijedi istaknuti da se fenomen slobodnog vremena treba promatrati u povijesnom kontekstu i potrebno ga je staviti u širi okvir, kako bi se, s jedne strane, bolje dočarale njegove sastavnice i razvoj, te s druge strane, kako bi se, što je u ovom radu osobito značajno, istaknula odgojno-obrazovna dimenzija slobodnog vremena kao neizostavna komponenta za svestrani razvoj ličnosti.

### 1. 2. O pojmu dokolice u antici

Slobodno vrijeme (eng. *leisure time*, njem. *Freizeit*) je društveni fenomen i ne može ga se promatrati izvan društvenog konteksta, tvrdi Martinić, jer „nužno proizlazi iz njega i utječe na nj“ (Martinić, 1977, 19). Slobodno vrijeme, stoga, kao i sve društvene pojave ne možemo promatrati izvan „niza pojava što ga okružuju i iz kojih izvire“ (ibid.). Potrebno je obuhvatiti i mikrokozmos (tj. samog čovjeka i njegov angažman) ali i makrokozmos (tj. društvena kretanja, povijesnu dinamiku, društveno- kulturni život u cjelini i td.). Razmišljajući o samom karakteru slobodnog vremena, vidljivo je da ono pretpostavlja slobodu izbora, vrijeme koje pojedinac ima na raspolaganju ili koje priželjkuje te konkretan sadržaj koji omogućava pojedincu da se aktualizira. Međutim, simplifikacija samog pojma nije prihvatljiva. Postoje brojni prijepori oko definiranja pojma, vremenu nastanka, dominantne funkcije, klasifikacije, tj. odnosa tog pojma spram njemu srodnim terminima poput dokolice, bespolice te odnosu slobodnog vremena prema vremenu izvan rada.

U kontekstu rasprave o slobodnom vremenu važno je za početak reći, kako je to istaknula sociologinja Marie Charlotte-Bush, da je glavna karakteristika slobodnog vremena njegova heterogenost (Bush, 1975, Farkaš, 2014). S tim u vezi, kako objašnjava Farkaš, ono je „povezano sa svim područjima ljudske egzistencije“, i oslanja se na spoznaje iz različitih disciplina, a da pritom ni jedna od njih „ne polaže monopol nad potpunim i sveobuhvatnim objašnjenjem cijeloga jednoga dijapazona kategorija, sadržaja, pojava i procesa koji se mogu podvesti pod fenomen slobodnoga vremena“ (Farkaš, 38). Fenomen *slobodno vrijeme*, dakle, ima svoju povijesnu, filozofsku, psihološku, ekonomsku dimenziju, on je kako sociološki tako i pedagoški pojam, „poseban društveni entitet“, te je stoga potrebno, ističu sociolozi, izbjegavati njegovo jednostrano tumačenje i jednostavno interpretiranje (ibid.).

Za fenomen slobodnog vremena tvrdi se da je nastalo u vrijeme industrijske revolucije, po kojem je ona „uvjetovala i nastajanje masovnog slobodnog vremena“ (Martinić, 1977, 3). S time u vezi, na njega se promatra kao na vrijeme suprotno obvezatnom radu, „s točnim razgraničavanjem radnog i neradnog vremena“ (Vidulić-Orbanić, 2008, 19). Međutim, je li razumno promatrati taj fenomen kroz prizmu 20. stoljeća, kao moderan fenomen industrijske civilizacije u interakciji s društvenim sustavom, kako ga doživljava Martinić, kao antitezu radu? (Martinić, 1977). Činjenica je, kako ističe Valjan-Vukić, da je fenomen slobodnog vremena prisutan od kada postoji čovjek (Valjan-Vukić, 2013), dokolica je kako antička tema, tako i aktualna tema današnjice (Boršić, 2013). Također je i činjenica, kako ističe Martinić, da je on „promijenjiva društvena kategorija“ (Martinić, 1977). Prije nego što se posvetimo ulozi slobodnog vremena kao društvenoj kategoriji u kontekstu industrijskog potrošačkog društva, razmotrimo ćemo najprije njegov značaj u kontekstu antičke civilizacije, bolje rečeno, usmjerit ćemo se na aristotelovsku dokolicu.

Još od vremena starih Grka i Rimljana, dokonost se shvaćalo kao ona sfera ljudskog života koja je označavala opijum, „stvaralačko-božansko-ljudski čin“ (Despot, 1976, 8). Tako Blaženka Despot promatra *dokolicu*, smatrajući da je dokonost „topos čovječnosti čovjeka“ (ibid, 158), ono „božansko u čovjeku“, ono „najljudskije u ljudskom“ (ibid., 8). Ovakvo shvaćanje pojma slobodnog vremena ostavlja dojam ideala čovjeka u slobodi, utemeljenog u antici. Takav čovjek živi u „stvaralačkoj dokolici“, on sanja, stvara i spoznaje, kako ga s humanističko-filozofskog aspekta „dostojanstvene dokolice“ ili „učene dokolice“ promatra Zdenka Janeković Römer<sup>1</sup>. Tako razmišlja Römer o dokolici, o *otiumu* idiličnog, *arkadičnog* svijeta po mjeri čovjeka, koji teži skladu, vrlinama i spoznaji: „To je i životni stil koji označava potreba za prostorom osobne slobode, vrednovanje vremena, stvaralaštvo, duhovnost, u osnovi nešto slično idealu aktivnog i kontemplativnog života“<sup>2</sup>. Misliti o kontemplativnoj dokolici, koju nam Römer sugerira, je onakvo poimanje dokolice koje govori o „antičkom nasljeđu“, a koje zagovara davanje prednosti „duhovnim i etičkim vrijednostima, pred estetičkim“<sup>3</sup>, odnosno materijalnim. Dakle, za arhajske Grke, „narod dokoličara“, kako ih opisuje Zamarovsky, dokolica je bila „ideal *lijepo dobrote* ili *kalokagatije*, tj. harmoničnog razvitka duha i tijela“ (Zamarovsky, 1978, Polić, 2003, 26).

---

<sup>1</sup> <http://www.matica.hr/kolo/294/Otium%20litterarum,%20utočište,%20ishodište/>

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid.

Na kontemplativnom načinu življenja osobito je inzistirao Aristotel (Boršić, 2013). Aristotelovska je dokolica, tvrdi Boršić, „bezvremenska“ (ibid, 60), jer je čovjek uvijek težio smislu kao životnom cilju, težio mogućnošću za životnim ispunjenjem i samoostvarenjem (ibid.). Sama činjenica da se u većini svojih djela, *Metafizici*, *Politici*, *Nikomahovoj etici*, posvetio temi dokolice, jasno je da je dokonost imalo za Aristotela stanovitu ozbiljnost i filozofiju (ovdje u smislu misaone djelatnosti i njegovanje duha). Možemo sa sigurnošću tvrditi da ta dokolica za Aristotela nije podrazumijevala puko ispunjavanje slobodnog vremena određenim aktivnostima poradi zabave, jer svako slobodno vrijeme, kako ističe Boršić, nije nužno značilo i dokolicu (ibid.). Radi se o „uzvišenoj“ dokolici, „koja ne samo da nije 'slobodno' vrijeme, već uopće nije 'vrijeme': ona je puno prije 'mentalni prostor'“ (ibid., 65). Prema ovom značenju, vidljivo je da aristotelovska dokolica nije samo bavljenje nekom aktivnošću; ona zahtijeva izobrazbu, a ne samo opuštanje od posla, od napora (ibid.). Boršić nadalje ističe kako je aristotelovska dokolica „upravo kontemplacija, kao specifično djelovanje“ (ibid., 66) i to je njezino funkcionalno određenje, za razliku od „običn[e], 'primitivn[e]' dokolice“, pojma, koji je Aristotel upotrebljavao kao kontrast *slobodnom vremenu* za zabavu (ibid.).

Dokoličarski način života za Grke je bilo istinski slobodno vrijeme za stvaralaštvo, sreću, igru i uživanje, koje nije bilo omogućeno svima. Dokolicu (grč. *skholé*, lat. *otium*) su si mogli priuštiti samo sretnici, kako navodi Polić, „aristokrati, najbolji“ (Polić, 2003, 25). Njihova potreba za dokolicom očitovala se u njihovoj težnji za harmonijom, za obrazovanjem, kulturnim djelatnostima, tjelesnim odgojem (Zamarovsky, 1978, Polić, 2003). Možemo zaključiti da je mjesto dokolice za Grke bilo potencijal za njegovanje vrлина, „stanje istinskog blaženstva“ (Farkaš, 42), mjesto ugodna života, kako ju je promatrao Aristotel. On se zalagao za odgajanje u dokolici (ibid.), a pojedinac to može ostvariti umovanjem i kontemplacijom, odnosno „upotrebom duše“ (Aristotel, 1987, Polić, 2003, 31). Kontemplativna djelatnost je za Aristotela „najsličnije božijoj djelatnosti“, a kao takva „čovjeku pribavlja i najveću sreću“ (Boršić, 2013, 63). Za dostizanje te sreće potrebno je, prema Aristotelu, „znanstveno (filozofsko) promišljanje“ i „društveno djelovanje“ (ibid.).

Dokolica je za Aristotela, dakle, „sadržajno, kreativno i stvaralačko vrijeme u kojem vještine ljudske i znanja nisu poradi korisnosti...ni poradi životnih potrepiština“ (Aristotel, 1988, Artić, 2009, Farkaš, 42). Samo na takav način, istaknula je Polić, stvara se dokolica koja za funkciju ima razvoj ličnosti, odnosno kako je isticao Aristotel, za razvoj ljudskih vrлина (Polić, 2003). U ovom kontekstu možemo promatrati kako je dokolica konstruktivna i nije u funkciji zabave

i besposlice. Ona ne može biti destruktivna, u njoj nema praznog hoda, neproduktivnosti i dosade. Ona nije puko besposličarenje, nego kvalitetno utrošeno vrijeme, u ovom slučaju aristokratske inteligencije, za „unaprijeđivanje stanja svog uma, duha i karaktera“ (Valjan-Vukić, 2013, 60). Drugim riječima, kako Boršić zaključuje: „Živjeti u aristotelovskoj dokolici znači ne tražiti svrhe [...] aktivnostima, već je upravo u dokolici svrha života“ (Boršić, 63). Cilj ljudskog djelovanja u dokolici je „ostvariti samog sebe“, izvan nužnog (ibid, 64) – zahtjev pred kojim je stavljen i suvremeni čovjek.

### *1. 3. Dokolica ili slobodno vrijeme – suvremene interpretacije*

Kada o analizi fenomena slobodnog vremena govorimo u kontekstu tzv. suvremenog društva, tada pitanje slobodnog vremena promatramo u kontekstu industrijalizacije, tehnizacije i urbanizacije, odnosno kada ta problematika postaje predmet istraživanja društvenih znanosti, osobito sociologije. S početka 20. stoljeća, točnije 20tih i 30tih godina, započinju prva empirijska istraživanja slobodnog vremena u Europi i Americi (Martinić, 1977). Istaknuti američki sociolozi David Riesman, R. J. Havighurst, Harold L. Wilensky, potom francuski J. Dumazedier i G. Friedmann, njemački Helmut Schelsky, Hans-Eckerhard Bahr, austrijski L. Rosenmayr, sovjetski G.A. Prudenski, G. Petrosjan i dr. počinju, s dinamičnim razvojem društva, istraživati pojavu slobodnog vremena s društveno-političkog, ekonomskog pa i pedagoškog aspekta (Janković, 1967).

Od Aristotela naovamo dade se primjetiti da slobodno vrijeme prožima čovjekov život i prisutan je skoro u svim kulturama, ali ne i u svim društvenim strukturama. Drugim riječima, ljudi su uvijek imali slobodnog vremena, čak i u vrijeme divljaštva, ali nije svatko ima pravo na dokolicu (Valjan-Vukić, 2003). Gledajući kroz povijest, navodi Valjan-Vukić, može se prepoznati „izrazit klasno-staleški karakter“ slobodnog vremena (ibid., 60). Ono ostaje privilegija i kasnije, kako u feudalnom društvu, za pripadnike plemstva i svećenstva, tako i u razdoblju humanizma i renesanse (ibid.). Uslijed industrijalizacije, slobodno vrijeme pojavom radništva, postaje opća pojava (Martinić, 1977). Martinić navodi još jednu bitnu stavku za mogućnost provođenje slobodnog vremena, koja industrijsko razlikuje od drugih društava: „Suvremena civilizacija, izrasla na građanskim težnjama za jednakošću, demokratizirala je pravo i na slobodno vrijeme koje se ne osporava nijednom društvenom sloju“ (Martinić, 3). Pojavom, dakle, industrijaliziranog, modernog društva, zahtjevi industrijskog radnika za slobodnim vremenom postaju sve izraženiji (Janković, 1967). Tako se značenje slobodnog

vremena počelo proučavati u njegovom odnosu prema radu, kao protuteža zamoru industrijaliziranog gradskog života (ibid.).

Dakako da su društvene promjene – napredak u tehnologiji i ekonomiji - dovele do promjena u poimanju slobodnog vremena, odnosno, ono postaje „organizirano“, ono postaje obilježje postindustrijskog društva u „njegovoj tehnoekonomskej sferi“ (Farkaš, 54). Do izražaja dolazi određivanje uloge slobodnog vremena, kvalitetno osmišljavanje aktivnosti u dokolici, ali i tumačenja njezine djelatnosti kako za razvoj ličnosti tako i za dokoličarenje, tj. za stvaralaštvo, za nove spoznaje, za učenje i slobodu. Stavlja se težište na kvalitetu, daje se prednost stvaralačkom potencijalu i znatiželji. Sociolozi bi objasnili, riječ je „višedimenzionalnoj stvarnosti“ (ibid., 53).

Po pitanju uporabe termina *slobodno vrijeme/dokolica*, također ne možemo sve staviti na jednu kartu, odnosno ne postoji jednodimenzionalno objašnjenje. Neki autori te pojmove podvode pod sinonime, drugi ih pak zamjenjuju izrazima poput *igra, hobi, razbibriga, zabava*. Pri razumijevanju pojmovnog para *dokolica/slobodno vrijeme* osvrnut ćemo se najprije na različitost pristupu tim terminima obzirom na njihovo izvorno značenje i položajni odnos *posao-dokolica*. U tom pogledu podsjetimo opet na aristotelovsku filozofsku dokolicu. Za razliku od današnjeg razumijevanja pojma, „prema kojem je 'posao' prvotna datost koja određuje čovjeka“, u antičkom mišljenju je prevladavalo upravo suprotno, polazilo se od dokolice, „dok je 'posao' uskraćena dokolica“ (Boršić, 58). U tom smislu argumentira i Martinić povijesno određenje odnosa čovjek-rad: „Svaka epoha određuje rad, odnosi se prema radu s obzirom na svoje shvaćanje smisla opstojanja, općeg čovjekova položaja. Antički su filozofi naučavali prezir prema radu, tom poniženju slobodnog čovjeka. Smatrali su ga zlom, kaznom koja čovjeka sprečava da se posveti uzvišenim djelatnostima“ (Martinić, 34-35). Iz ovoga je vidljivo da se slobodno vrijeme kao entitet ne može izdvojiti od društvene datosti; njegovo značenje izvire ovisno o čovjekovoj ulozi i društvenim odnosima.

U prethodnom poglavlju je naznačeno da i sam Aristotel terminološki razlikuje ova dva pojma, opisujući dokolicu kao *mentalni prostor*. Sagledajmo još jedanput sugestiju Boršića o aristotelovskoj dokolici: „Vrijeme je tek uzgredni element u dokolici: dokolica nije prazno egzistencijalno vrijeme koje stoji na raspolaganju da bi se ispunilo kojem mu drago aktivnošću. Da bi 'slobodno vrijeme' postalo dokolicom potrebna je izobrazba i bavljenje određenim aktivnostima: bez tih aktivnosti kako mu drago velika količina 'slobodnog vremena' ne može postati dokolicom“ (Boršić, 65). Sumirajmo: dokolica je za Aristotela

privilegirana, kontemplativna, koja dolikuje najboljima i koja pretpostavlja izobrazbu. Ako se uz ovaj aristotelovski izriječak osvrnemo na antičko mišljenje o oprečnim terminima dokolica-posao, onda se potvrđuje da za razumijevanje tih pojmova potrebno podsjetiti na grčku i latinsku terminologiju.

U aristotelovskoj dokolici prepoznamo mjesto djelovanja, mjesto gdje su „izumljena znanja/znanosti“ (ibid, 59), „pojam koji preko latinskog kalka *schola* nastavlja živjeti u našoj 'školi'“ (ibid, 57-58). Različito značenje ali i različita uporaba pojmova dokolica/slobodno vrijeme posljedica je dobrim dijelom povijesno-društvenog konteksta. U aristotelovsko vrijeme se znanošću bavilo u dokolici i ona je bila opreka poslu i zabavi (ibid.). U dokolici se zbivalo spoznavanje, u njoj se težilo mudrosti i zato ona nije bila za užitak i zabavu. Radi se o činjenici da su termin *dokolica* zamijenili izrazi *zabava* i *slobodno vrijeme* iz razloga što današnja dokolica ne uživa antički status, ne postavlja takve zahtjeve pred pojedinca. Drugim riječima, ističe Kraus, „nemoguće [je], ili barem ekstremno teško, 'dokoličariti' u našem, modernom, industrijskom vremenu“, osvrćući se na činjenicu strogo tempiranog slobodnog vremena u suvremenom društvu (Kraus, 1971, Mlinarević i Gajger, 2010, 45). Niti se današnja škola može nazvati mjestom dokolice, kako ju je zagovarao Aristotel, niti aristotelovsku dokolicu možemo uspoređivati sa slobodnim vremenom današnjice. Dokolica u slobodnom vremenu današnjice predstavlja ideal koji nije lako ostvariti, iako živimo u demokratskom društvu, napominje De Grazia, „jer je ispunjena stvaralačkim radom“ (De Grazia, 1962, ibid.), odnosno kako to zaključuje Kačavanda-Radić, dokolica je „preduvjet za stvaralaštvo, ona predstavlja mentalni i duhovni stav, stav uma i stanje duše“ (Kačavanda-Radić, 1992, ibid.). Danas brojni autori, takoreći, oživljavaju izvorno značenje pojma dokolica, kako bi joj se pripisala antička vrijednost i s njom arikulirala društvena i odgojna aktivnost i svrha, odnosno, kako bi se s tim pojmom ne bi tumačilo nesadržajno slobodno vrijeme kojem nije cilj samoostvarenje čovjeka (Prema Miliša, 2009, Valjan-Vukić, 2013).

Premda je dokolica prisutna i u suvremenom načinu života, čovjek je u modernom društvu orijentiran na svoju profesionalnu ulogu, jer je rad, kako tvrdi Clement Greenberg, „postao glavna stvar u životu i temeljna stvarnost za sve klase u industrijskom društvu“ (Greenberg, 1968, Martinić, 1977, 10). Ako je tvrditi da radna uloga podređuje sve ostale čovjekove potencijale, onda je djelomično prihvatljivo reći da će takav pojedinac u neradnom vremenu besposličariti. Slobodno vrijeme će radnik utrošiti na odmor, bilo u obliku stereotipnih druženja pred televizorom, u obliku industrije zabave i razonode ili kroz neki hobi ili igru. Martinić ističe da se takav pojedinac pasivno prepušta razonodi i kod njega nije izražena

težnja za dokoličarenjem, odnosno za onim vremenskim prostorom slobodnog vremena oslobođenog od rada i obveza, a u kojem se samoostvaruje (Martinić, 10). Ovoj pesimističnoj hipotezi Martinić suprotstavlja i optimističnu, prema kojoj će pojedinac težiti kreativnom djelovanju u svom slobodnom vremenu i u kojem će se takav pojedinac aktivno angažirati u onim aktivnostima u kojima se prepoznaje razvojni potencijal (ibid.).

Ovdje ćemo se nakratko zadržati na pojmovnom određenju *slobodnog vremena/dokolice/besposlice* i razjasniti jezičnu različitost. Kao što smo već ranije istaknuli, brojni radovi koji se bave fenomenom slobodnog vremena različito upotrebljavaju pojmove te je ponekad teško razgraničiti jedne od drugih. Milan Polić je na sljedeći način pokušao razgraničiti obilježja tih pojmova te tvrdi:

„... na pojmovnoj i jezičnoj razini nije uvijek jasan odnos između slobodnog vremena, dokolice i besposlice, pa se često iako sasvim pogrešno poistovjećuje besposlica i dokolica. No, razlika je među njima velika. Doduše i jedna i druga neka su vrsta slobodnog vremena, ali dok je *besposlica* vrijeme u kojem je čovjek *slobodan od* posla ili rada kao prisilne djelatnosti, *dokolica* je naprotiv vrijeme u kojem je čovjek *slobodan za* neposredno djelatno ostvarenje, za igru, za stvaralaštvo. Pa ako je slobodno vrijeme zapravo vrijeme *slobode*, a najbolji su izraz slobode upravo igra i stvaralaštvo, onda je bit slobodnog vremena dosegnuta tek u dokolici i tek je dokolica pravo slobodno vrijeme, dok je to besposlica tek uvjetno. Jer ako ne postoje objektivne i subjektivne pretpostavke da se besposlica ispuni bitno ljudskim i oljuđujućim sadržajem, nego ostaje tek na razini besmislenog *nerada*, ‘ubijanja vremena’, ili čak potrošačke izmanipuliranosti, ona nije vrijeme mogućnosti i slobode, već naprotiv vrijeme nemogućnosti i neslobode, tj. neslobodno vrijeme“ (Polić, 2001, Polić, 2003, 27).

Zaključno o odnosu *slobodnog vremena, dokolice i besposlice* može se istaknuti kako je besposlica u relaciji i interakciji sa slobodnim vremenom, u njoj je svakako sadržana sloboda izbora za besposličarenjem, u njoj možemo čak prepoznati i priliku za spontanost i fleksibilno druženje. U to vrijeme pojedinac je jednostavno slobodan od obveza i rada. Akcent na stvaralaštvu, razvoju dispozicija i vještina, razvoju vrlina i ličnosti ukazuje na jasnu distinkciju *dokolice* od *slobodnog vremena*. Pasivnim odmorom u *slobodnom vremenu* ne može se pokriti značenje *dokolice*. Kako je to istaknula Vidulin-Orbanić: „U slobodnoj dokolici ostvaruje se novi homo faber, novi homo ludens, homo socius te konačno homo sapiens“ (Vidulin-Orbanić, 2008, 20). U konačnici, osvješćujući dokolicu u slobodnom vremenu, osvješćujemo temeljnu pretpostavku korištenja slobodnog vremena – ostvarenje



čovjeka kao cjelovitog bića, što predstavlja „osnovu za istinsku ljudsku slobodu“ (Janković, 1967, 28).

Diferencijacija slobodnog od neslobodnog vremena nas dovodi do prvih socioloških analiza i interpretacija slobodnog vremena. Navest ćemo nekoliko definicija slobodnog vremena i osvrnuti se na njegovo značenje, karakter i funkcije.

### *1. 3. 1. Prema definiciji slobodnog vremena*

Ima li suvremeni čovjek vremena, pa i slobodnog vremena, razmišljati o dokolici? Ubrzani način života i tehnološki napredak u tolikoj su mjeri promijenili čovjekov život i svakodnevnicu da je baštinu dokolice i njezino antičko naslijeđe teško uklopiti u potrošački mehanizam i potrošački mentalitet. Od nastanka industrijske civilizacije do današnjeg neokapitalističkog duha, vrijednost antičke dokolice ima još samo povijesnu značaj, tvrde neki teoretičari. Polić se s pravom pita, za što je to današnji čovjek slobodan, kada su *razvoj i napredak* doveli čovjeka da svoje vrijeme zapravo pretvara u novac, a ne u dokoličarenje i sreću (Polić, 2003). Polić tvrdi da dokoličarenje izumire, jer je postalo skupo, utopijsko (ibid.). Globalizirani svijet ima malo „sluha za važnost dokolice“ (ibid., 35), kada se ona često poistovjećuje s dangubljenjem i neradom. Za kapitalistički globalizirani svijet rad ima uzvišeni smisao, jer se s njim podiže kvaliteta života, dok vrijeme „za dokolicu nije predviđeno kao ni vrijeme za tišinu i kontemplaciju“ zaključuje Polić (ibid., 32). Pa ako je Polić u svom radu *Odgoj i dokolica* uvjerenja da je kapitalistički duh rada dominantna dimenzija globaliziranog stila društvenih odnosa, ona ne zanemaruje ozbiljnost nužnosti dokolice. Već i sama postavljenost pitanja iz njezinog naslova na neki način pretpostavlja da bez odgoja nema dokolice. Za nju se ta dva pojma ne mogu promatrati razdvojeno, jer je narav dokolice odgojenost.

Martinić na sličan način kritizira vrijednosne kriterije suvremenog potrošačkog društva. Ističe da je slobodno vrijeme prožeto i zasićeno potrošačkom kulturom, dok igra i kulturne vrijednosti sve više gube svoje značenje, a dokolica svoju svrhovitost (Martinić, 1977). Čovjek je postao žrtvom komercijalnih reklama, masovnih medija, populizma, koji imaju samo prividno značenje za čovjekovu samoaktualizaciju, i štoviše, pojedinca se dovodi u obmanu i dezinformira (ibid.). Prema Cuttenu, ljudi nisu svladali umijeće korištenja dokolice, iako imaju višak slobodnog vremena (Cuttan, 1926, Martinić, 1977). Pokazalo se da se njegova kritička analiza iz 20tih godina prošlog stoljeća potvrdila točnom, tvrdi Martinić, jer su zabava i neproduktivnost postali ciljevi dokolice (ibid.). Sa zabavom se ruši svaki vid

kulturnog ponašanja, a sredstva masovnih komunikacija manipuliraju i promiču komercijalnu kulturu koji ruše autentičnost: „Pojedinaac je bez prestanka pod pritiskom vanjskih sila, trošenja i gubi sposobnost da uspostavi vlastiti samosvojni odnos prema pojavnome. Tako neproduktivno ponašanje odvraća pažnju od mogućnosti da suprotstavi sebe općem toku; čovjekova autonomnost gubi se u predmetnosti suvremenog svijeta“ (Martinić, 1977, 72). Martinić u svom radu promišlja o slobodnom vremenu prema vidovima produktivnog i neproduktivnog ponašanja. Problemizirajući ambivalentnost dokolice, ona izražava jasnu kritiku prema masovnoj kulturi, homogenosti provođenja slobodnog vremena i potrošačkoj pomodnosti kao apsolutnoj dominaciji te upućuje na *oslobođenje pojedinca* od tih društvenih prisila (ibid.). Martinić dokolicu prepoznaje u *oslobođenom vremenu* i definira ga kao „prostor za produktivno ponašanje“, koje doprinosi kvalitetnom razvoju i pojedinca i zajednice (ibid., 91). Za nju je dokolica „kulturni čin“, vrijeme u kojem prevladava „kulturni mentalitet nad potrošnim“ (ibid., 92). U neproduktivnom ponašanju Martinić prepoznaje „otuđenje“, „lažne kompenzacije“, bijeg od svakidašnjice: „U zabavi se otuđenje iskazuje u trenutačnim zadovoljstvima. U kulturi (potrošačkoj) gubi se kritičnost. Sadržaji se primaju, a ne doživljavaju“ (ibid., 114). Kako bismo razvili *civilizaciju dokolice* potrebno je, zaključuje Martinić, razvijati kritičnost i produktivno ponašanje; mijenjati odnos prema radu (ibid.). Ona poziva na „podruštvljenje odnosa“ - tj. „uspostavljanje zajedničkih vrijednosti“ (ibid., 118), jer dokolica nije antiteza radu, njegova kompenzacija ili negacija, već su rad i dokolica neodvojivi procesi, društvene pojave u suodnosu (ibid., 117). Dakle, za budućnost dokolice potrebno je mijenjanje odnosa prema radu i čovjekovom vremenu te kritičan odnos prema društvenoj stvarnosti (ibid.).

Višegodišnje pozivanje na antički ideal slobodnog vremena dovelo je do naglašavanja odgojne dimenzije dokolice. Odgojni aspekt slobodnog vremena ukazuje na društvenu uvjetovanost dokolice, odnosno kako navodi Polić, „za dokolicu valja biti potaknut i poduprt od društvene okoline jer u protivnome se slobodno vrijeme pretvara u besposlicu, odnosno dosadu koja prije ili kasnije postaje destruktivna kako za samoga pojedinca, tako i za njegovu okolinu“ (Polić, Farkaš, 2014, 42). Na problem besposlice upozoravao je i Janković, naglašavajući kulturu provođenja slobodnog vremena: „Ne nameće se samo problem organizacije slobodnog vremena već istovremeno i odgoj ljudi za slobodno vrijeme; naime, ljude treba tako odgajati da mogu ne samo kontrolirati industriju slobodnog vremena već i svojim zahtjevima i ukusom usmjeravati. Radni ljudi lakše i brže znaju izboriti slobodno vrijeme nego što mogu usvojiti kulturu njegova društveno-pozitivnog korištenja. Pomoću

slobodnog vremena treba razviti smisao za njegovo pozitivno iskorištavanje, tako da ljudi postanu kulturni korisnici slobodnog vremena koje se danas u obliku 'dobre i loše robe' sve to više nudi na tržištu svakodnevnog života“ (Janković, 1967, Vidulin-Orbanić, 2008, 25). Pod odgojem u slobodnom vremenu Weber je u svom djelu *Das Freizeitproblem* podrazumijevao „odgovorni odgoj“ koji ne uvažava besmislenost, dosadu, ali ni pretjeranu osmišljeno i organizirano slobodno vrijeme (Weber, Janković, 1967, 59). Dokolica, prema Weberu, ima smisao, ispunjena je kulturno vrijednim sadržajem, a odgoj pruža „pomoć preko koje je najvjerojatnije da se svaki pojedinac u svojoj slobodi ispravno odluči“ (ibid.). Na sličnim temeljima gradi i Plenković svoj stav o slobodnom vremenu, gdje se ono povezuje sa korisnošću, sadržajima i aktivnostima (Plenković, 1998, Artić, 2009). Ovakva percepcija slobodnog vremena zaokupljena je razmatranjima da je slobodno vrijeme potrebno kondicionirati, ističe Artić, jer se ono poistovjećuje samo s valjanim sadržajima, kako bi se preduhitrile štetne posljedice, tj. kako primjerice mlada osoba ne bi postala žrtvom patološkog ponašanja (Artić, 2009).

Vežući pojam slobodnog vremena uz vrijeme rada (Ilišin, 2000) ističu se dvije skupine definicija slobodnog vremena. Prva skupina poima fenomen slobodnog vremena „kao ostatak vremena nakon društveno obaveznog rada, koji obuhvaća različite društvene i obiteljske aktivnosti, dodatni rad te neobvezujuće aktivnosti“ (Jeđud i Novak, 2006, 79), gdje pritom odmor i rekreacija predstavljaju temeljnu ulogu (Arbunić, 2006). Te druga skupina definicija koju „karakterizira poimanje slobodnog vremena kao vremena oslobođenog od svake nužnosti“ (ibid, 149) i u „kojem se upražnjavaju aktivnosti odabrane isključivo slobodnom voljom“ (Jeđud i Novak, 79-80). Prema ovoj skupini definicija pojam slobodno vrijeme se može „izjednačiti s terminom dokolica“ (Ilišin, 2000, 420). U ovom radu se stavlja naglasak upravo na drugu skupinu poimanja slobodnog vremena, jer definirajući slobodno vrijeme stavljamo naglasak na izbor aktivnosti u dokolici, na kontekst učenja i razvoja, imajući na umu ulogu i značaj slobodnog vremena za razvoj ličnosti.

Jedna od najprihvatljivijih definicija slobodnog vremena je ona od J. Dumazediera koji definira dokolicu kao „zanimanje kojem se pojedinac može posvetiti po miloj volji, izvan profesionalnih, obiteljskih i društvenih nužnosti i obveza, da bi se odmorio, zabavio i kultivirao“ (Dumazedier, 1972, Lefebvre, 1988, Ilišin, 2000, 420). Prema ovoj definiciji ističu se tri funkcije slobodnog vremena: „odmor, razonoda i razvoj ličnosti“ (ibid.). Dumazedier stavlja akcent na „kultiviranu dokolicu koja potencijalno najviše doprinosi razvoju ličnosti“ (ibid.). Novije analize navode još i četvrtu, preventivnu ulogu slobodnog vremena, a

istraživanja pokazuju „da dobro struktuirano i društveno nadzirano slobodno vrijeme mladih rezultira pozitivnim i društveno prihvatljivim oblicima ponašanja mladih koji doprinose razvoju zdrave, samosvjesne i zadovoljne osobnosti pojedinca – i obratno“ (Larson & Verma, 1999; Gilman, 2001; Raboteg-Šarić i dr., Arbunić, 2006, 149). U kontekstu takve uloge slobodnog vremena Previšić promatra mogućnost odgojnog djelovanja (Previšić, 2000). On ističe kako se taj fenomen ne bi smio ignorirati, prepuštati komercijalnim ponudama, pretjerano organizirati i s njim upravljati, već pedagoški osmišljavati (ibid.). Pod tzv. „pedagoškim tretmanom“ slobodnog vremena Previšić podrazumijeva istraživanje svih onih društvenih, emocionalnih, medijskih, vršnjačkih čimbenika koji utječu na socijalizaciju mladih u slobodnom vremenu (ibid., 408). Promatrajući slobodno vrijeme kao *pedagogijski problem*, kao mjesto odgojnog djelovanja, Previšić poziva na zagovaranje kvalitetnog provođenja slobodnog vremena, s ciljem razvijanja zdravog stila življenja i u svrhu sprječavanja nepoželjnih oblika ponašanja kod mladih te ga definira kao ono „vrijeme aktivna odmora, razonode, pozitivna razvoja, socijalizacije, humanizacije i stvaralačkog potvrđivanja ličnosti“ (ibid., 405).

#### *1. 4. Utjecaj medija u slobodnom vremenu*

Pedagoška promišljanja o slobodnom vremena mladih danas su orijentirana na „razotkrivanja pedagogijskih implikacija utjecaja medija na vrijednosti i ponašanja mladih“ (Miliša, 2007, Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009, 115). Brojni znanstvenici i teoretičari pozivaju na podizanje razine kritičke svijesti o ulozi medija, posebice interneta. Postavlja se pitanje popratnih efekata novih tehnologija na ishode odgoja (Bilić, 2015). Osobito u području odgoja i obrazovanja upozorava se „da uloga digitalne tehnologije nije samo informiranje već i formiranje, odnosno tehnologija počinje oblikovati mlade ljude, ima globalni utjecaj na stvaranje navika i novih obrazaca ponašanja“ (Lovinik, 2010, Bilić, 2015, 3). Stoga, ističe se potreba, kako sugeriraju brojni autori, objektivnije sagledati fenomen „cybersocijalizacije“ (ibid.).

Digitalni (inovativni) mediji dominiraju kako u slobodnom tako i u svakodnevnom životu mladih, što je potaknulo pedagoge o jačanju svijesti medijskog djelovanja te stjecanju medijske kompetencije, „kao nove paradigme medijskog obrazovanja“ (Moser, 2006, ibid., 162). Upozoravajući prije svega na probleme manipulacije, medijska pedagogija kao pedagogijska disciplina problematizira medijsku komunikaciju (koja se služi različitim

simboličkim sredstvima manipulacije) s ciljem razvijanja kompetencija i kritičkog mišljenja naspram konzumiranja medija (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009).

Tomu u prilog treba dodati, kako naglašavaju pedagozi, i važnost ne samo ishoda odgoja i obrazovanja, tj. vještine rada s novim digitalnim tehnologijama, već i ishode odgojnog djelovanja (Bilić, 2015). Pod *ishode odgojnosti* Jurčić navodi sljedeće kvalitete učenika: „upornost, strpljivost, samokritičnost“ (Jurčić, 2013, ibid., 4). To su ona znanja i vještine koje su nam potrebne za odgovorno ponašanje u društvu (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009).

Obzirom na porast moralno neodgovornog ponašanja u virtualnom svijetu adolescenata, tj. nepoštivanje intelektualnog vlasništva, nepoštivanje vlastite i tuđe privatnosti i institucija, danas se, kao važan zadatak odgoja, nameće potreba poticanja samokritičnosti (Bilić, 2015). Odgojno-obrazovne teorije zauzimaju kritičan stav prema suvremenim medijima, jer po njihovom mišljenju potiču nezdrave oblike ponašanja. Štoviše, sociološke, psihološke i pedagoške analize upućuju na problem ovisnosti o medijima i njihovoj manipulativnoj moći (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009). Korištenje medija u slobodnom vremenu adolescenata se vrlo često veže s negativnim orijentacijama - mladima se samo nameću sadržaji zabavnog karaktera, poput reality showa, nameću im se reklamni proizvodi koji „upućuju da je novac ono što određuje vrijednost“ (ibid., 102). Nameće se, između ostalog, kako treba izgledati, što treba jesti, kakav treba biti, kako bismo pridobili pažnju i simpatije drugih. Tzv. *sloboda* i *anonimnost* u virtualnom svijetu, kroz sustave lažnih Facebook profila i blogerskih komentara, sve više zabrinjavaju komunikologe, pedagoge i psihologe. Ovi stručnjaci ističu kako virtualna komunikacija sve više rezultira internet nasiljem, odnosno tzv. *cyberbullingom*.

Mediji su postali važni socijalizacijski agensi koji „određuju kriterije ponašanja, stavova i estetskog“ (ibid., 196). Iz tog razloga se poziva na uvođenje medijskog odgoja u škole, kako bi mladi naučili o rizicima korištenja interneta (elektroničko nasilje, pedofilija) te naučili kritički vrednovati sadržaje u medijima. Mlade je potrebno educirati za odgovorno ponašanje i zdrav stil življenja. Također se apelira na obrazovne i društvene institucije na stvaranje odgojno-obrazovnih uvjeta za pozitivno i kreativno iskorištavanje slobodnog vremena. Promicanjem medijske pismenosti i odgovornosti doprinosi se pozitivnoj socijalnoj klimi i društveno prihvatljivom ponašanju.

## 2. Adolescentsko razdoblje

Adolescencija (lat. *adolescere* – mladost, mladenaštvo) se opisuje kao razvojno razdoblje između djetinjstva i odrasle dobi, koje, kako navodi Lacković-Grgin, „ne treba shvaćati samo kao dobnu kategoriju, već kao period razvoja koji ima svoje psihološke osobitosti koje adolescenciju razlikuju od ostalih životnih perioda“ (Lacković-Grgin, 2006, 26). Adolescenciju kao posebnu razvojnu fazu prvi je opisao G. Stanley Hall i okarakterizirao ju kao doba „bure i oluje“ (Rudan, 2004, 36), kao razdoblje koje obilježavaju „kontradiktorne težnje, turbulencija i emocionalna ambivalencija“ (Lacković-Grgin, 18). Hallovi stavovi o turbulenciji adolescencije su bili prihvaćeni kod brojnih autora a i danas je rašireno takvo shvaćanje. Čak su i „Aristotelove ideje o nestabilnosti karaktera u mladima, o njihovoj težnji k zadovoljstvima i umanjenoj mogućnosti kontrole impulsa“ prisutne u recentnim teorijama adolescencije (ibid., 14). Aristotel je smatrao da je adolescencija poseban razvojni period i vjerovao je da mladi „aktivno sudjeluju u svom razvoju“ (ibid.).

U suvremenoj literaturi možemo pronaći brojne teorije - biološka, psihoanalitička, ekološka, razvojno-kognitivna, socijalno-kognitivna i dr. - koje na različite načine pristupaju adolescenciji, a u najrecentnijoj literaturi dominira *analiza nivoa* gdje suvremena emirijska građa govori u prilog međuovisnosti više činitelja u tzv. *tranzicijskom procesu* adolescencije (ibid.). Kako bi se dobio sveobuhvatni uvid u razdoblje adolescencije, u istraživanje je potrebno uključiti sljedeće nivoe: „osobni nivo“ – „istraživanje osobnog razvoja (tjelesnog, kognitivnog, razvoja stavova i vrijednosti te motivacije)“, „društveni nivo“ – „istraživanje obrazovanja, rekreacije, religije i sl.“, „formalno-institucionalni“ – „proučavanje funkcioniranja obitelji, školi, u organizacijama mladih, naseljima i sl.“, „neformalno-institucionalni“ – „proučavanje mladih u vršnjačkom kontekstu, u prijateljskim grupama“ (ibid., 24). Neizostavno je, tvrdi nadalje Lacković-Grgin, u istraživanjima uključiti i „samopoimanje mladih, odnosno proces razvoja ličnosti“, kulturne razlike te utjecaj medija (ibid.).

Dobna određenja adolescencije su različita, ali približno obuhvaća razdoblje između 10 i 22 godine (Rudan, 2004), prema Lacković-Grgin, do 25 godine života (Lacković-Grgin, 2006). Brojne studije pak pokazuju da je tranzicija u odraslu dob kako kulturalno tako i individualno različita. Ne postoje slaganja među autorima, jer se u tehnološko razvijenim i modernim društvima uočava trend *prolongirane adolescencije* i određivanje njezinog završetka s 30 godina života (ibid.).

Početak adolescencije je obilježen pubertetom, tj. izražene su „fizičke manifestacije seksualnog sazrijevanja“ (Rudan, 2004.). Adolescencija je svakako razdoblje velikih promjena, kako psihičkih tako i fizičkih, gdje se adolescent nalazi pred specifičnim razvojnim zadaćama i ciljevima (Graovac, 2010). U tom razdoblju *nemira* „mladi ljudi stječu novi doživljaj sebe i svojih fizičkih, mentalnih i emocionalnih sposobnosti, uključujući doživljaj vlastite individualnosti i osobne vrijednosti“ (Rudan, 36). Rudan navodi kako povodi za *nemire* u adolescenciji „proizlaze iz oscilacija između regresivnih i progresivnih procesa u adolescenciji i brojnih transformacija u fizičkom, kognitivnom i psihičkom području rasta i razvoja“ (ibid.). Iz navedenog je jasno da odrastanje obuhvaća brojne procese i socijalne utjecaje. U sljedećem poglavlju daje se uvid u karakteristike psihičkog, fizičkog i kognitivnog razvoja, u specifičnosti rane, srednje i kasne adolescentske faze, u elemente identiteta, vršnjačkih odnosa i prijateljstva te razumijevanje povezanosti brojnih čimbenika u kontekstu razvojnih promjena.

## 2. 1. Univerzalne značajke adolescencije

Adolescentni proces obilježen je fizičkim, kognitivnim i psihičkim promjenama. Fizičko sazrijevanje se ogleda u hormonalnim promjenama pubertetskog procesa, tj. stimulacija gonada dovodi do rasta spolnih organa i sekundarnih spolnih obilježja: „rast pubične i pazuhne dlakavosti, produbljenje glasa, rast dlaka na licu, prsima, nogama i podlakticama u dječaka, rast grudi i širenje bokova u djevojčica. Ovo je također dob kada djevojčice dobivaju menarhe, a dječaci počinju stvarati živu spermu“ (Rudan, 2004, 36-37). Fizičke promjene adolescenti brzo spoznaju i važne su za doživljaj *selfa* (ibid.). Adolescenti postaju prilično okupirani vanjskim izgledom i počinju stvarati pozitiven ili negativne stavove o svom izgledu, ovisno o društvenim normama i kulturnim modelima (Lacković-Grgin, 2006).

U razdoblju adolescencije također dolazi do porasta kognitivnih sposobnosti. Dolazi do razvoja apstraktnog mišljenja, odnosno do prijelaza s konkretno-logičkog na formalno-logičko mišljenje (zaključivanje)“ (Ninčević, 2009, 122). Prema Piagetu, formalno mišljenje uključuje četiri aspekta: introspekciju, apstraktno mišljenje, logičko mišljenje i hipotetsko zaključivanje, a taj napredak u formalnom mišljenju pretpostavlja upravljanje procesima indukcije, dedukcije, apstrakcije i generalizacije (Lacković-Grgin, 2006). „Oni omogućuju adolescentima da mogu misliti o procesu mišljenja, da mogu razvijati pretpostavke i razmišljati o budućnosti. Tako se pred njima otvaraju filozofski, politički, estetski i duhovni svjetovi na načine koji su nedostupni djeci“ (Rudan, 2004, 37). Adolescent na nov način

razmišlja o životu i smislu postojanja (Ninčević, 2009), dolazi do jačanja kompetencija i potrebe za autonomijom (Klarin, 2006). „Adolescenti jasnije sagledavaju svoj unutarnji, intrapsihički i vanjski, stvarni svijet i uviđaju njihove složenosti“ (Rudan, 37).

Vrijeme adolescencije je i vrijeme psiho-socijalnog sazrijevanja (Klarin, 2006). Mladi počinju oblikovati svoju osobnost, osamostaljuju se od roditelja, izgrađuju odnos s vršnjacima, izgrađuju identitet i socijalno-odgovorno ponašanje (ibid.). Brojni socijalizacijski faktori utječu na regulaciju psihosocijalnog razvoja. Tri tipa socijalnih odnosa – s roditeljima, vršnjacima i nastavnicima u školi – imaju istaknutu ulogu u socioemocionalnom razvoju adolescenata (ibid.). Na tom putu razvojne zrelosti adolescenti „stječu novi doživljaj sebe i svojih fizičkih, mentalni i emocionalnih sposobnosti, uključujući doživljaj vlastite individualnosti i osobne vrijednosti“ (Rudan, 37).

Na putu odraslosti adolescenti prolaze kroz određene faze razvoja, a tijekom tog procesa pred adolescenta stoji niz zadataka koji će mu donijeti taj status. Još je Freud (prema Rudan) imenovao razvojne zadatke adolescencije u procesu sazrijevanja, a to su: „stvaranje seksualnog identiteta, separacija od roditelja, smanjenje ovisnosti o skupini vršnjaka i učvršćivanje strukture ličnosti identifikacijom i konsolidacijom *selfa*“ (Graovac, 2010, 262). Robert Havighurst je autor teorije razvojnih zadataka i on je isticao kako je za razvoj u odraslu i odgovornu osobu potrebno ostvariti sljedeće razvojne zadatke i ciljeve: prihvatanje vlastitog tijela i briga o njemu, usvajanje spolne uloge, ostvarivanje zrelih odnosa s vršnjacima oba spola, učenje novih socijalnih vještina, postizanje emocionalne i ekonomske nezavisnosti od roditelja, razvijanje radnog odnosa, priprema za obiteljski život, prihvatanje društvenih vrijednosti i odgovornosti te etičkih načela prema kojima će se individua ponašati u životu (Havighurst, 1972, Lacković-Grgin, 2006).

Suočavanje s ovim zadaćama i općenito prilagodba na novi životni ciklus za adolescente može biti prilično stresno razdoblje. Graovac na sljedeći način opisuje adolescentsko putovanje ka odraslosti: „U relativno kratkom periodu adolescent mora upoznati, savladati, naučiti primijeniti i usmjeriti svoje prirodne nagonske težnje. Istovremeno adolescent mora ispuniti vlastita i tuđa očekivanja na polju efikasnosti, rada i stvaranja. Pri tome ne smije preskočiti niti jednu stepenicu u svom socijalnom razvoju. Isto tako, treba sa zadovoljstvom prihvatiti svoj novi, odrasli lik i bez konflikata sa sobom i moralnim normama razviti vlastitu spolnu ulogu i doživljavanje spolnosti. Nadalje, treba se mirno odvojiti od roditelja i obitelji i usmjeriti na nove, neovisne i za obje strane zadovoljavajuće odnose“ (ibid.).



U literaturi se najčešće navode tri razvojne faze adolescentskog razdoblja: rana, srednja i kasna (Rudan, 2004). Graovac predviđa sljedeće faze: predadolescencija, rana, srednja i kasna adolescencija te postadolescencija ili razdoblje mladenaštva (Graovac, 2010).

Rana adolescencija obilježena je fizičkim promjenama i već navedenim pubertetskim znakovima. Razdoblje koje određuje ubrzani tjelesni razvoj, kojeg sinkronizirano ne prati i emocionalno sazrijevanje (Lacković-Grgin, 2006). Adolescenti počinju bolje razumijevati svijet oko sebe, razmatraju ideje, mogućnosti i koncepte na sistematičan i logičan način, razvojem kognitivnih sposobnosti. U psihičkom smislu napuštaju idealizacije i iluzije: „Proces napuštanja idealizacije predstavlja važan narcistički pomak koji se odvija u ranoj adolescenciji. U djetinjstvu dijete izvore za postizanje osjećaja (narcističkog) dobrog stanja nalazi u roditeljskoj brizi, pohvalama i ljubavi. Prestanak idealizacije roditelja i veća sposobnost opažanja sebe i svijeta oko sebe dovode do toga da adolescenti sve više oduzimaju roditeljima pravo da predstavljaju izvore njihovog osjećaja dobrog stanja. Zbog toga se adolescenti sve više okreću sami sebi kako bi si pribavili osjećaje uvažavanja i ljubavi koji će im pružiti osjećaj dobrog stanja. Ovaj narcistički pomak, koji je vrlo važan za rastuću autonomiju i potrebu za samodefiniranjem adolescenata, često u okolini ostavlja dojam o njihovoj pretjeranoj usmjerenosti na same sebe“ (Rudan, 38).

Mladi su adolescenti u ovoj fazi, dakle, okrenuti prema sebi, počinju se oslanjati na vlastito mišljenje i osjećaje (autonomno funkcioniranje). Mladi su usmjereni više na odnose s vršnjacima, na stvaranje prijateljstva i dijeljenje osjećaja i iskustava. Neki autori navode da se prijateljstvo u adolescenciji razlikuje od onog u djetinjstvu, i po kvaliteti i vrednovanju, a i po nekim karakteristikama (Lacković-Grgin). Neka istraživanja upućuju „da se prijatelji ne biraju slučajno, te da je opći i najvažniji činitelj pri izboru prijatelja *sličnost*. U adolescenciji to je sličnost po dobi i spolu, po rasnoj i nacionalnoj pripadnosti i po interesima i aktivnostima“ (Lacković-Grgin, 154). Prema Klarin to pretpostavlja slično ponašanje, definiranje stila, slični stavove i vrijednosti, aspiracije prema daljnjem obrazovanju (Klarin, 2006). Proces rane adolescencije u prosjeku započinje kod djevojaka oko dvije godine ranije, i to kod njih s 10,5 a u dječaka s 12,5 godina (Rudan).

U srednjoj adolescenciji potreba za odvajanjem od roditelja i druženje s vršnjacima postaje još izraženija. Ponajprije se to ogleda u usmjerenosti adolescenata na istraživanje sebe i upoznavanje vlastitih interesa, za razliku od rane adolescencije u kojoj dominira prilagodba na tjelesne promjene (Rudan). Prijateljstva i dalje ostaju značajan faktor u socijalnim

interakcijama, „međutim sve više ustupaju mjesto lojalnosti grupi, koja se manifestira kroz npr. slušanje iste vrste glazbe, nošenje određene vrste odjeće, uključivanje u određene sportske ili društvene aktivnosti i dr.“ (Rudan, 38). Intiman i podržavajući odnos prijateljstva više se temelji na potkrepljivanju *selfa* (Rudan), odnosno, kako navodi Lacković-Grgin, istraživanja pokazuju da se preferirane kvalitete prijatelja s vremenom mijenjaju, na što upućuju sljedeće vrijednosti prijateljstva: *Korist* – adolescenti očekuju da prijatelj posjeduje neke korisne vještine za postizanje osobnih ciljeva, potom *potvrđivanje* – „ponašanje prijatelja prema nama djeluje kao potvrda naših osobnih vrijednosti“, *podrška egu* – podrška prijatelja „potvrđuje ispravnost naših odluka te pomaže u izgradnji identiteta“, *stimulacija* – prijateljeve ideje, stavovi i vrijednosti su pomoć u izgradnji svjetonazora, i *sigurnost* – „prijatelji nas ne povređuju, ne naglašavaju naše nedostatke i slabosti, što nas brani od osjećaja neadekvatnosti“ (Lacković-Grgin, 156).

U srednjoj adolescenciji se intenzivno mijenja odnos s roditeljima. „Narcistički pomak koji je počeo u ranoj adolescenciji postaje još izraženiji u srednjoj adolescenciji. Kako bi što bolje upoznali sebe, adolescenti moraju oduzeti važnost roditeljima, a koju su oni godinama imali (moraju dezinvestirati roditeljske reprezentacije) i okrenuti pozornost na sebe same i onima koji su im najbliži, a to su njihovi prijatelji. Taj aspekt razvoja Anny Katan nazvala je otklanjanjem objekta (*object removal*), tj. ostavljanje ranih odnosa s roditeljima iza sebe kako bi se napravilo mjesta za odnose u sadašnjosti i budućnosti. Nastaju novi odnosi s roditeljima, ali također, što je najvažnije u srednjoj adolescenciji, s ljudima izvan obitelji. Prvi nalet otklanjanja objekta nastaje u ranoj adolescenciji kada adolescent počinje zamjećivati roditeljske mane. U srednjoj adolescenciji adolescenti punu pozornost posvećuju ljudima i situacijama izvan obitelji, do stupnja kojima će ozlovoljavati roditelje, koji često sve teže podnose adolescentovu zaokupljenost sobom i njegovim društvenim angažmanima“ (Rudan, 38).

Nadalje, ističe Rudan, tijekom tog procesa stvaranja novog odnosa s roditeljima, adolescenti često postaju mrzovoljni i zapadaju u „stanje izoliranosti i usamljenosti“ (ibid.). Neki autori navode da je riječ o procesu žalovanja, karakterističnim za srednju adolescenciju, jer su adolescenti svjesni promjenjenih odnosa (ibid.). Zbog te promjene, adolescenti se prestaju diviti svojim roditeljima i traže identifikaciju s drugim odraslima i svojim vršnjacima. Srednja je adolescencija, kako navode autori, karakteristična po tome što adolescenti šire mrežu poznanstava i zaljubljuju se. Riječ je o objektu želje, a Blos (prema Rudan) navodi kako u ovoj fazi zaljubljivanje zapravo predstavlja „suprotstavljanje usamljenosti izazvanoj

odvajanjem od roditelja (otklanjanjem objekta)“ (ibid.). Kasnije, kako ističe Rudan, potreba za imati djevojku ili dečka proizlazi iz želje za bliskošću i intimnijim odnosima, koji uključuju i seksualno eksperimentiranje (ibid.). Za razliku od rane adolescencije, mladi u srednjoj adolescenciji sve su više svjesniji, sposobniji i neovisniji (ibid.).

U kasnoj adolescenciji mladi postaju svjesni da su osobe i počinju se hvatati u koštac s onim što im donosi budućnost. Primarni zadatak ove faze je upoznati sebe i stvoriti sliku o sebi, koju Eriksson vidi kao „egosintezu“ (ibid, 39). Sinteza predstavlja spajanje selfa i identiteta u entitet, što adolescenta čini autentičnom osobom (ibid.). „U kasnoj adolescenciji mora se postići integracija postignuća srednje adolescencije u području spolnosti u self. To znači da moraju postojati reprezentacije iskustava iz tog područja koje adolescent doživljava sastavnim dijelom sebe. Reprezentacije se povezuju na unutarnjem, intrapsihičkom planu, na koherentan način s preostalim dijelom selfa. To je početak procesa 'integracije' koja stvara nečiji 'identitet'. Identitet nas povezuje s apstrakcijama koje nas definiraju, a self sa slikama kako i tko smo stvarno u našem svakodnevnom životu“ (ibid.). Adolescent, dakle, u ovoj fazi oblikuje svoj identitet iz različitih elemenata u cjelinu, na osnovu onoga što smatra stvarnim. „Kasni adolescent često postaje svjestan činjenice da je seksualno ujedinjenje, u odnosu u kome postoji emocionalna bliskost, odraslo iskustvo koje se razlikuje od ranijih seksualnih susreta“ (ibid.). Za ovu fazu, za razliku od rane i srednje, karakteristično je „narcističko povlačenje“, jer (prema Ritvo) bliski emocionalni odnosi s partnerom „pomažu adolescentima u stabilizaciji odraslih identifikacija“ (ibid.) *Narcističke prokupacije* iz prijašnjih faza pomažu adolescentu u individuaciji i odvajanju od obitelji, dok *narcističko povlačenje* u kasnoj adolescenciji omogućuje usklađivanje i prihvaćanje vanjskog svijeta s vlastitom individuum (ibid.). Kraj kasne adolescencije je teško odredit, kao što je i sam razvoj nepredvidiv. Dosegnuti odraslost većina definira kao vrijeme kad pojedinac osnuje vlastitu obitelj (ibid.).

## 2. 2. Izgradnja identiteta

Vrijeme adolescencije, kako ističe Ninčević, i jest vrijeme u kojem se formira identitet mlade osobe (Ninčević, 2009). Adolescent se nalazi ne samo pred mnoštvom razvojnih zadataka, nego i pred najvećim izazovom, a to je stvaranje vlastite ličnosti i individualnosti. U tom periodu tranzicije, dakle, sazrijevanja, mlada osoba stječe sliku o sebi, odnosno predodžbu o sebi, koja se (prema Sušić, 2006) formira na dva načina: „polazeći od drugih (roditelji, odgojitelji i td.) koji su svojevrsno ogledalo i polazeći od samog sebe“ (Ninčević, 2009, 125).

Pojam identitet dolazi od latinske riječi *identitas* što označava poistovjećivanje, izjednačavanje, te se odnosi na vlastito „ja“ (ibid.). Sam termin, kako naglašava Ninčević, ima korijene u filozofiji, točnije, Aristotel je formulom za stav identiteta „ $A=A$ “ naglašavao jednakost, jedinstvo i istovjetnost (prema Heidegger, 1996, Ninčević, 2009, 127). Drugim riječima, s gledišta logike, osoba je „u jedinstvu sa samim sobom“, ili u „trenutku sinteze“ kako ju promatra Erik Erikson (ibid., 128). Erikson opisuje izgradnju identiteta kao razdoblje u kojem adolescent vrši izbor pomoću istraživanja alternativa i prihvatanja uloga (Lacković-Grgin, 2006). Ninčević dodaje „sintezu trostruke integracije“ prilikom formiranja osobnog identiteta: „odnos uma i tijela dovodi do *prostorne integracije*, odnos prošlosti sadašnjosti-budućnosti dovodi do *vremenske integracije*, odnos između vlastitog ja i obitelji, odnosno skupine, dovodi do društvene integracije“ (Ninčević, 128).

Tijekom stvaranje osobnog identiteta isprepliću se tjelesna, kognitivna i socioemocionalna dimenzija, pa tako dolazi i do mogućnosti pojave smetnji u pogledu doživljaja samog sebe, koju Erikson opisuje kao *krizu identiteta*, a koja nastaje „zbog zahtjeva društva da mladi ljudi završe školovanje, uključe se u svijet rada, nađu partnera, odaberu političku filozofiju i religijsku praksu“ (Lacković-Grgin, 2006, 127). Nije neuobičajeno da mladi tijekom realizacije razvojnih zadataka ne mogu uspješno uskladiti vlastite želje i zahtjeve društva i zapadaju, kako ističe Erikson, u psihosocijalnu krizu, s psihološkog stajališta (ibid.). Svi spomenuti razvojni zadatci stavljaju adolescenta pred trenutke donošenja ključnih odluka, koje od njega društvo očekuje, a koje pak mladog adolescenta u procesu identifikacije čini izuzetno ranjivim (Ninčević). Stoga, sa „sociološkog stajališta u igru ulaze i 'sukobi uloge' i 'dvoznačnost statusa', što se povezuje s činjenicom da društvo ne elaborira unaprijed utvrđena očekivanja u pogledu adolescenata pa su zahtjevi odraslih često dvosmisleni i mladića tretiraju čas kao dijete, čas kao odraslu osobu (prema Coleman-Hedry, 1992, Ninčević, 2009, 128-129).

Iz navedenog je vidljivo da je razvojni put stvaranja identiteta ponajprije dinamičan proces i da je ga potrebno promatrati na više razina. S jedne strane, on je izraz vlastitog *ja*, a s druge strane on se oblikuje skupom bioloških, psiholoških i socijalnih kategorija. Izgradnja identiteta objedinjuje brojne procese i unutar psihe pojedinca i unutar društveno-kulturnog konteksta, odnosno, kako je to Pieri istaknuo, identitet je „zbroj identifikacija koje je objekt prevladao i ugradio u kontekst sazrijevanja ličnosti“ (Pieri, 1992, Ninčević, 2009, 131). Kroz identifikacije, koje služe kao referentne točke, adolescent definira sebe (ibid.) U literaturi se navode tri tipa adolescentske identifikacije: prva (prema Peluso, 1992) je s nekom važnom

ličnošću i njegovim obrascima ponašanja i skupom vrijednosti, druga je „s prijateljem kojeg adolescent idealizira upravo zbog onih odlika za koje spozna da ih sam nema“ i treća (prema Previšić, 2000), sa nekom društvenom skupinom, ponajprije vršnjacima, koji pomažu u izgradnji identiteta kroz usvajanje određenih društvenih normi i vrijednosti (Ninčević, 131). Adolescent pri izgradnji identiteta prelazi s jedne na drugu identifikaciju, koja „dovodi do sve realističnije i pozitivnije definicije samoga sebe; oblikovanje identiteta započinje tamo gdje prestaje svrha identifikacije“ (ibid., 132). Kroz proces identifikacije sazrijeva vlastito *ja*. Osim identifikacije postoje i drugi procesi u oblikovanju identiteta: „percepcija osobnih promjena, svijest adolescenta o tome da se njegova osoba mijenja, redefiniranje samoga sebe kao sustava“ (ibid.). Ti činitelji utječu na definiranje sebe, to jest, kada adolescent može reći „ovo sam ja“ i prepoznati se u kontinuitetu u odnosu na ono što je bio prije i ono što želi biti u budućnosti“ (Core, 1996, Ninčević, 132). Završetak adolescencije je određen integriranošću i sintetiziranošću identifikacija, odnosno, može se tvrditi da je adolescent izgradio identitet na temelju sljedećih znakova: „Mirno i bezbrižno prihvaćanje svih navedenih aspekata. Sposobnost pokretanja inicijativa na svim područjima. Realizam i oduševljenje u izvršavanju vlastitih obveza. Hrabrost i solidnost u suočavanju s neizbježnim teškoćama života. Zdravi odnosi na društvenom planu“ (ibid., 133).

### *2. 3. Vršnjački odnosi i slobodno vrijeme*

Uspostavljanje kvalitetnih vršnjačkih odnosa jedan je od važnih razvojnih zadataka u adolescenciji. Ta dinamična vršnjačka razmjena u kontekstu intenzivnog razvoja igra bitnu ulogu u procesu socijalizacije (Klarin, 2006). Istraživanja pokazuju da kvalitetno uspostavljeni socijalni odnosi rezultiraju zadovoljstvom, odnosno ostvarenjem osnovnih socijalnih potreba – potrebe za pripadanjem i potrebe za intimnošću, u suprotnom, deficit na tom planu dovodi do usamljenosti i socijalne izolacije (ibid.). Kakao je istaknula Lacković-Grgin, druženja u vršnjačkim skupinama nužna su za zdrav kognitivni i emocionalni razvoj adolescenata (Lacković-Grgin, 2006). Mladi su jako motivirani u vršnjačkim grupama te nastoje postići sklad i sličnost sa ostalim članovima grupe (ibid.). Ovisno o vrijednostima grupe, ali i o ličnosti mlade osobe i utjecaju njezine obitelji, ona će se više ili manje koformirati s vršnjacima te u skladu s tim poprimiti stavove, karakteristike i životni stil vršnjačke skupine (Klarin, 2006).

Vršnjačka skupina, pored obitelji i škole, predstavlja važan izvor za učenje socijalnih normi (Lebedina-Manzini, Lotar, Ricijaš, 2008). Kako bi bio prihvaćen te stekao osjećaj

ravnopravnosti u skupini, pojedinac *odbacuje* prijašnje utjecaje – roditelje i školu. Utjecaj drugih vršnjaka postaje dominantan i najintenzivniji je u ranoj adolescenciji, kasnije, postizanjem neovisnosti od roditelja i oblikovanjem identiteta, on opada (ibid.). Dok neki autori ističu „kako je *svaki* utjecaj vršnjaka zapravo vršnjački pritisak“ (ibid, 402), drugi su skloniji razlikovati *vršnjački utjecaj* od *vršnjačkog pritiska*, u kojem potonji predstavlja „direktno vršnjačko poticanje, nagovaranje ili prijetnju za manifestiranje određenog ponašanja, dok je sve ostalo utjecaj“ (ibid.). Vršnjački utjecaj predstavlja indirektni pritisak, odnosno osoba nije svjesna utjecaja vršnjaka (ibid.). Međutim, kako navode Urberg i sur., „adolescenti nisu pasivne osobe čije je ponašanje samo odgovor na utjecaj vršnjaka“ (Urberg i sur., 2003, ibid., 403). Ovi autori navode kako je za razumijevanje ponašanja adolescenata osim *efekta utjecaja* važan i *efekt odabira* prijatelja (ibid.).

Prema ovom dvokomponentnom modelu oba efekta su bitna pri razumijevanju rizičnih ponašanja adolescenata. Pa tako ovi autori navode kako odabir prijatelja nije slučajan proces: „Prijatelji i društvo koje adolescenti biraju slični su njima i prije nego se počnu družiti, budući da je ovaj proces kod osoba uvjetovan potrebom za najmanjom mogućom promjenom vlastitih stavova, uvjerenja i ponašanja“ (ibid.). Nadalje, primjećuju ovi autori, koliko će dominantan biti utjecaj vršnjaka ovisi o osobinama ličnosti pojedinca, njegovom odnosu s prijateljima i kontekstu druženja. Zaključno, tvrde Urberg i sur., ponašanje adolescenata je složen proces te je utjecaj vršnjaka sastavni dio socijalizacije (ibid.). Drugim riječima, u kojoj će se mjeri adolescent konformirat u skupini određuju sljedeći faktori: „osobine samog adolescenta, uvjerenja, vrijednosti i stavov[i] koje nosi iz okoline primarne socijalizacije (obitelj, škola, susjedstvo), čimbeni[ci] koji su doprinijeli odabiru specifičnog društva vršnjaka koje ima svoja uvjerenja, vrijednosti i stavove, te neposredno ponašanje vršnjaka u određenom kontekstu“ (Lebedina-Manzini, Lotar, Ricijaš, 2008, 404).

Analizirajući neke aspekte podložnosti vršnjačkom utjecaju i vršnjačkom pritisku, Lebedina-Manzini i Ricijaš navode sljedeće prediktore: Podložniji vršnjačkom utjecaju su oni adolescenti koje karakterizira anksiozna privrženost, odnosno strah od odbijanja i napuštanja – taj strah „može biti odličan poticaj za promjenu vlastitog ponašanja adolescenata i njegova usklađivanja s onim što vršnjaci od njega očekuju“ (Lebedina-Manzini, Ricijaš, 2013, 34). Uloga roditelja je također važan prediktor vršnjačkog utjecaja – dobar odnos s roditeljima (bliskost i privrženost) dobar je prediktor smanjenog utjecaja na vršnjački konformizam. Štoviše, pokazalo se „kako je u ovoj dobi kvaliteta odnosa s roditeljima komplementarna odnosu s vršnjacima tj. da nedostatnost pozitivnog odnosa s roditeljima adolescenti

kompensiraju usmjeravanjem prema utjecaju vršnjaka“ (ibid.). Kao važan prediktor podložnosti vršnjačkom utjecaju navode se i karakteristike ličnosti pojedinca: adolescenti koji su depresivni i skloni socijalnoj anksioznosti pokazuju veću sklonost konformiranju vršnjacima, dok adolescenti s višim stupnjem samopoštovanja i pozitivne slike o sebi otporniji su na utjecaje (ibid.).

Svi ovi čimbenici – kvalitetni obiteljski i vršnjački odnosi, pozitivna slika o sebi - pridonose društveno poželjanom razvoju i spriječavanju antisocijalnog ponašanja. Vršnjačke interakcije predstavljaju važan socijalizacijski okvir, unutar kojeg adolescenti započinju proces individuacije, s ciljem razvoja i formiranja identiteta (Livazović, 2011). Druženje vršnjaka, okupljenih oko zajedničkih interesa, koje mladi ostvaruju kroz aktivnosti i prostor slobodnog vremena je važna sfera samoaktualizacije pojedinca.

U vršnjačkoj grupi adolescenti pronalaze prostor za „autentično – ja“, kako navodi Holt (Holt, 1998, Jeđud, Novak, 2006, 79). Na taj način Holt promatra provođenje slobodnog vremena adolescenata, ističući kako je to „prostor gdje mogu biti doista ono što jesu – *real self*“ (ibid.). Govoreći o vršnjačkim grupama, Rot iznosi njezine sljedeće karakteristike: „postojanje zajedničkih aktivnosti koje se ponajprije odnose na način korištenja slobodnog vremena“, „adolescentna grupa kao mjesto odnosno prostor za zadovoljenje određenih potreba i želja“ (to uključuje potrebu za pripadanjem, druženjem), „adolescentne grupe se formiraju na temelju uzajamne privlačnosti članova, te su uspostavljene veze vrlo čvrste“, „ne postoji formalizirana hijerarhija vodstva i moći; postoji više pojedinaca od kojih svaki ima veći udio u nekoj aktivnosti. Karakteristično je stvaranje podgrupa“, „očito konformiranje s normama grupe uz istodoban rigidni antikonformizam u odnosu na norme odraslih“ (Rot, 1983, Jeđud i Novak, 2006, ibid.).

Kroz slobodno vrijeme, kako navodi Ropuš-Pavel, mladi u vršnjačkoj skupini „nalaze potrebnu potporu za svoje interese, motive, stajališta te pogled na život“ (Ropuš-Pavel, 1999, ibid.). Irby i Tolman su mišljenja da je vršnjačko okruženje manje kritično od školskog, te navode kako ono ima pozitivne učinke na socioemocionalni, profesionalni, fizički, kognitivni i civilni razvoj pojedinca i grupe (Irby, Tolman, 2002, ibid.).

Rezultati većine istraživanja pokazuju da mladi prakticiraju one aktivnosti u slobodnom vremenu „koje su povezane s druženjem, zabavom i razonodom, što možemo povezati s činjenicom da je slobodno vrijeme prije svega prilika za razonodu, opuštanje i rekreaciju“

(Jeđud, Novak, 2006, 82). Druženje s vršnjacima, dakle, za mlade predstavlja, kako to ističe Ropuš-Pavel, određene *vrijednosti* (Ropuš-Pavel, 1999, *ibid.*). Navode se sljedeće „vrijednosti druženja“, dobivenih iz adolescentske perspektive: „zabava, povjerenje, razgovor, razumijevanje, pomoć, humor, mirenje te ostalo (trošenje novaca, ne raditi ništa/ trošenje vremena)“ (*ibid.*, 81).

Slobodno vrijeme adolescenata u današnje vrijeme je obilježeno sofisticiranom informacijskom i komunikacijskom tehnologijom, stoga ne čude recentna istraživanja koja pokazuju da „glavninu slobodnog vremena mladih čine proizvodi i sadržaji masovne kulture“ (Ilišin, Radin, 2007, Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009, 177). *Media use* se izdvaja kao najfrekventniji način provođenja slobodnog vremena (Jeđud, Novak, 2006). Mnoge odgojno-obrazovne teorije upućuju da su medji, osobito internet, postali glavni socijalizacijski agens i način provođenja slobodnog vremena. Mladi su s lakoćom prihvatili nove tehnologije informativnog, komunikacijskog i zabavnog sadržaja, da se može govoriti o afirmaciji digitalne platforme u dokolici. Internet, kao najpopularnij masmedij, stvorio je „revoluciju u komunikaciji“ (Stephens, 1998, Bubaš, Kermek, 2000, 110) te je zbog svoje privlačnosti i reprezentativnosti, *online* mogućnosti, fonda sadržaja, dvosmjerne komunikacije, fleksibilnosti „u pogledu vremena i prostorne lokacije prilikom slanja i primanja informacija između korisnika i medija“ te „digitalizacij[e] svih oblika informacija (npr. tekst, slika, zvuk)“ potisnuo tradicionalne medije (Bubaš, Kermek, 2000, 111) i postao sredstvo za zabavu, prema kojem se drugi oblici i načini provođenja slobodnog vremena čine zastarjelim i otrcanim.



### 3. Masovni mediji

O fenomenu *medija* u kontekstu današnjeg globalnog komunikacijskog društva s novim informacijskim i tehnološkim dostignućima te progresivnim razvojem medijske korisničke ponude znači ponajprije istaknuti, da s kojeg god se polazišta istražuje i iznose gledišta, mediji imaju, kako je je to istaknuo Plenković, svoju povijesnu važnost i razvoj, vrlo kompleksnu narav te „otvaraju i navješćuju novu (nepredvidljivu) medijsku budućnost“ (Plenković, 2012, 109). U nastojanju da odgovore na važna društvena pitanja o medijima, komunikologe, sociologe, psihologe, pedagoge, književne kritičare ponajprije zanima područje komunikacije te utjecaj medija i medijskih sadržaja na čovjeka i društvo u cjelini.

Još od vremena antičke Grčke, kada je usmena kultura vladala nad pismenom i kada je riječ bila odraz moći govornika, preko ikonografije i vizualne kulture dragocijenih umjetnina, slika i kipova u starom svijetu, preko pisane riječi i uspona pisane kulture učenjaka u 12. stoljeću, preko izuma tiskarskog stroja u 15. stoljeću, razvoja električne komunikacije u 19. stoljeću, telegrafa, telefona i gramofona, te drugih tehnologija u 20. stoljeću, radija, kinematografije, televizije te revolucionarnog računala i interneta današnjice 21. stoljeća, ljudi su uočavali važnost medija kao sredstva komunikacije (Briggs, Burke, 2011). Svaki od tih medija bio je izraz napretka civilizacije koji je ostao zapisan u određenom trenutku, dok je, kako je to istaknuo Harold Innis, svaki novi proizvod „izazivao razdoblje krize“ (ibid., 14).

Razvojem svakog novog medija razvijale su se polemike o mogućim intencijama i posljedicama te inovativne promjene. Nikodem, Kudek Mirošević i Bunjevac Nikodem ističu kako je, povijesno gledajući, nova tehnologija uvijek u javnosti pobuđivala oprečna stajališta (Nikodem, Kudek Mirošević, Bunjevac Nikodem, 2014) čemu svjedoče i današnje diskusije o internetu – jedni su oduševljeni novom tehnologijom, smatrajući je revolucionarnom i demokračnom, drugi ističu internetske opasnosti i rizike, kritizirajući je kao sredstvo manipulacije i izolacije. Ovi autori ilustriraju reakciju javnosti, prema navodima Alice M. Mitchell iz 1929. i odnosi se na razvoj filma, te prema navodima Azriel L. Eisenberg iz 1936. koji se odnose na razvoj radija kao medija: „Slatkoća, pouzdanje, radost, grubost, morbidnost, groteska života pomiješana u velikoj zdjeli, ponekad neprimjerena stvarnosti no uvjerljiva i ukusna. Mladost ne prepoznaje razliku. Mladost, upravo zbog mladosti, nema mudrost godina da procijeni stvarno od nestvarnog, stalno od povremenog. Za nju, sve je to život. I ako ne odgovara njezinom životu, onda njezin život nije stvaran.“ ... „Popularnost te nove razbibrige među djecom brzo je narasla (...) Taj novi napadač na privatnost doma donio je mnoge

uznemirujuće utjecaje. Roditelji postaju svjesni čudne promjene u obrascima ponašanja svoje djece. Zbunjeni su mnoštvom novih problema, nepripremljeni, uplašeni, srditi, bespomoćni. Ne mogu spriječiti tog uljeza jer ima nesavladivu moć nad njihovom djecom.“ (Wartella i Jennings, 2000, Nikodem, Kudek Mirošević, Bunjevac Nikodem, 2014, 211-212).

Iz ovoga je prihvatljivo reći da i novi medij internet uzrokuje takav slijed reakcija. Temeljena, između ostalog, na Wiki tehnologiji, besplatnim aplikacijama, Twitter i Facebook razmjeni informacija i komunikacija, širokopojasnoj mreži web preglednika, digitalnoj umjetnosti i blogova, e-institucija, nitko danas ne može odoljeti tom softverskom alatu, telekomunikacijskoj infrastrukturi, s velikim potencijalom u kreiranju, ne samo različitih profila i društvenih platformi, već i financijskog profita, ali također, i stvaranje *imagea* za kontroverze i različite oblike *opasnog* mrežnog prometa, iskustva nasilja, rizike ovisnosti, izloženosti pornografiji, pedofiliji. Zbog uporabe ovog medija od velikog broja korisnika, a osobito mladih, on sve više trpi upravo gore navedene optužbe, a koji kao i prije sto godina izaziva zbrku i strah te podjednako zaokuplja pojedinca i društvo s prijetnjama o novim strukturama moći. Činjenica je da nas svaki novi tehnološki preokret izbaci iz rutine i pritišće naš um na nove tehnološke izobrazbe (mentalno nadograđivanje).

U svakom slučaju, od nastanka prvih elektroničkih medija pa do danas, čovjek je na ubrzanom kotaču s dinamičnom težnjom za moći, razvojem i povećanjem usluga (McLuhan, 2008). Napose, kao što napominju Briggs i Burke, mediji su omogućili širenje jedne kulture, zbližavanje ideja i informacija, prikaz povijesti svijeta, važnih događaja, poput religijskih ili festivalskih obreda, ali također, i moć i hijerarhiju vrijednosti, jer su oni istovremeno bili i sredstvo uvjeravanja (ibid.). U određenom povijesnom i društvenom kontekstu određeni medij je bio intelektualni monopol, odnosno praksa običnih ljudi ovisila je o znanju učenjaka, što najbolje ilustrira monopol srednjovjekovnih svećenika nad nepismenim stanovništvom (ibid.).

Svaki novi medij smatra se važnim činiteljem u preobražavanju društva i kulture, pa brojni antropolozi, psiholozi i medijski istraživači razmatraju psihološke i sociološke posljedice *media use*. Tomu u prilog govore recentne debate oko virtualne stvarnosti i koncepta *cyberspacea*. Danas sve više kritičara upućuje negativnu notu industrijama masovnih medija ističući kako oni „radikalno mijenjaju temeljni smisao i ulogu, 'razlog postojanja' medija, njihovu funkciju posredovanja autentične zbilje (dakle i kulture), kako bi na taj način istodobno promijenile i svog recipijenta, 'stvorile' takvu 'publiku' koja (više) nije kadra razlikovati autentično od neautentičnog (virtualnog)“ (Lipovčan, 2003, 910). Nešto slično

utvrđuje i ugledni teoretičar medija Kübler, koji smatra kako mediji sudjeluju u konstruiranju zbilje te da „ljudska komunikacija i spoznaja zbilje sve više potpadaju pod utjecaj medijalizirajućih tendencija“ (Kübler, 2001, *ibid.*). Kod Friedricha Kittlera, književnog kritičara i učenika Michela Foucaulta, pronalazimo sličan stav, koji, oslanjajući se na filozofiju Nietzschea i njegov aforizam – „mediji određuju ono što doista postoji“, naglašava indikatore utjecaja medija na kulturu (Briggs, Burke, 2011, 22). Dominaciju *druge zbilje*, međutim, nalazimo još kod Heideggera koji je prepoznao moći tehnike i njezin utjecaj da oblikuje čovjekov život (Lipovčan, 2003).

U nešto novijoj povijesti, 60tih godina 20. st., o shvaćanju utjecaja tehnologije na promjenu svijesti i društva dati će književni kritičar i teoretičar filozofije medija Marshall McLuhan. Doprinos ovog, često zvanog *medijskog proroka*, i njegove dobro poznate teze „medij predstavlja poruku“, leži u tome što je predvidio virtualnu stvarnost trideset godina prije pojave interneta (McLuhan, 2008, 324). McLuhan kritički promišlja o medijskom okruženju. On opisuje svijet kao *globalno selo*, aludirajući na „homogeniziranost unificiranog vizualnog svijeta“ (*ibid.*, 320) i medije kao *čovjekove produžetke* (mediji su produžetci ljudskih osjetila, čovjekovog fizičkog tijela): „sve tehnologije produžuju naš tjelesni i živčani sustav kako bi se povećala moć i brzina“ (*ibid.*, 83). Svojom teorijom tehnološkog determinizma izražava sumnju u medije, tvrdeći da tehnologija utječe na ponašanje i svijest ljudi, određuje njihovu komunikaciju (*ibid.*). Iznad svega bio je uvjerenja kako ljudi nisu shvatili medij kao poruku, već poruke iz različitih medija, npr. radija, filma, ograničavaju na njihov sadržaj (*ibid.*). S tim u vezi, tvrdi da brojni ljudi ne razumiju učinak medija, jer oni, po njegovim tvrdnjama, ne komuniciraju s publikom samo putem sadržaja, već na nevidljive načine, što vodi ka manipulaciji (*ibid.*).

Prema McLuhanu, svaka nova tehnologija kao čovjekov produžetak ima za posljedicu promjene na osobnoj i društvenoj razini. Elektronički mediji imaju takvu moć, osobito po pitanju vremensko-prostorne dimenzije, što demonstrira primjerice radio kao medij, kojim je, kako iznosi Zgrabljčić Rotar u pogovoru McLuhanove knjige, čovjek „prevladao ograničenu moć glasa i dobio 'produžetak' za velike udaljenosti i masovnu publiku“ (McLuhan, 323). Svaki medij djeluje na određena osjetila te na taj način djeluje na svijest pojedinca, kakvu je primjerice izazvalo otkriće pisma. Čovjek današnjice ne djeluje samo putem jednog osjetila, npr. vida. Novi načini komuniciranja i globalizacija putem dinamične internet tehnologije slična je onome što je McLuhan nagovještavao – elektroničko doba je doba osjetilne sinestezije; čovjek je stopljen s tehnologijom i on ju je prihvatio kao svoje produžetke koji su,

kako je istaknuo McLuhan, postali dio našeg osobnog sustava: „U električno doba, cijelo čovječanstvo nosimo na sebi kao svoju kožu“ (ibid., 46).

Masovni mediji su danas predmet znanstvene analize, institucionalizirana disciplina za istraživanje medija i komunikacija (Peruško, 2011). Područja kojima se medijske studije bave su: „medijska industrija, osobe u medijima, proizvodnja medijskih poruka, sadržaj medijskih poruka, analiza publika, distribucija poruka, utjecaj medija na pojedince ili grupe, utjecaj medija na institucije, društvo ili kulturu, medijska regulacija“ (ibid., 10-11). Ovih devet područja nastalo je prema komunikacijskom modelu Harolda Lasswella, koji stavlja značenje na „komunikacijski tok: tko – kaže što – kome – kojim kanalom – s kojim učincima“ (ibid., 10). Iz perspektive društvenih znanosti pokazalo se da se svako od navedenih područja može empirijski istražiti, za razliku od 50tih i 60tih godina kada je prevladavala interpretativna paradigma i začeci „shvaćanja o prevladavajućem utjecaju medijske, tj. komunikacijske tehnologije (a ne medijske poruke) na karakter društva, po čemu je poznata Torontska škola masovne komunikacije i njeni predstavnici Harold Innis i Marshall McLuhan“ (ibid., 11).

No, kritički pristup i analizu medija pronalazimo već u industrijaliziranoj kulturi s početka 20. st. (Briggs, Burke, 2011). Istaknuti njemački filozof i kritičar Walter Benjamin, koji se u *Umjetničko djelo u doba mehaničke reprodukcije* kritički osvrće na njemačku fašističku propagandu, potom pripadnici Frankfurtske škole Theodor Adorno i Max Horkheimer koji su razvili *kritičku teoriju*, zatim francuski antropolog Claudea Levi-Strauss i njemački sociolog Niklas Luhmann koji proširuju koncept *komunikacije* uz upotrebu pojma *Kommunikationsmedien* (ibid.). Fenomen o medijima i komunikaciji, međutim, ima dugu povijest, i prema Briggs i Burke, seže u 16. stoljeće u raspravama „oko pogubnih učinaka romana na njihove čitaoce ili kazališnih komada na njihove publike“ (ibid., 12). No, ono što je važno naglasiti je da istraživačko usmjerenje u području masovnih medija nastaje 20tih godina prošlog stoljeća „na američkim sveučilištima ponajprije kao dio istraživanja modernizacijskih društvenih promjena [...] kao posljedica industrijalizacije i urbanizacije“ (Peruško, 10). Nakon Frankfurtske škole 30tih godina prošlog stoljeća, interes za komunikaciju i medije u Europi se nastavlja, 60tih godina u Francuskoj, 70tih u Britaniji (ibid.).

### 3. 1. Što su mediji?

Pojam medij dolazi od latinske riječi *medius* te mu je prvotno značenje *srednji* koje je kasnije iznijelo dva ključna značenja: „posrednik i objava (nečega)“, iako obuhvaća i niz drugih

izvedenih značenja (Lipovčan, 2003, 911). Kada medij razumijemo kao put kojim se prenosi komunikacija, tada je on „svaki način, posredovanje ili oruđe, a posebno način komunikacije koji doseže opću javnost i sadrži reklame“ (Webster, 1982, Peruško, 2011, 17).

Od 19. stoljeća naovamo, kada se svaki medij (novine, knjiga, kino, radio, TV) počinje razvijati i postaje dostupan svim pripadnicima društva, govorimo o masovnim medijima. Peruško masovne medije definira kao „institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva“ (ibid., 17), te ih dijeli „prema vrsti ili sektoru (knjiga, tisak (novine, časopisi), film televizija, radio, nosači zvuka ili slike (video, CD, DVD)), prema geografskoj razini i dosegu (lokalni, nacionalni, međunarodni), prema obliku vlasništva ili upravljačke kontrole (privatni, javni, državni, *community*, tj. asocijativni ili mediji trećeg sektora) i prema bliskosti matici javnog i političkog mišljenja (matični (*mainsream*) i alternativni mediji)“ (ibid., 16).

Svaki od masovnih medija, navodi dalje Peruško, ima raznoliku i kompleksnu prirodu te se njima implicira posredovanje određenim informacijama a „istovremeno su definirani svojom tehnikom, sadržajem, publikama te specifičnim načinom organizacije“ (ibid., 18). Zajedničke karakteristike svim masovnim medijima (prema McQuail, 2007) su:

- „Proizvodnja i distribucija simboličkih sadržaja – informacije, ideje, kultura, znanje
- Kanali za međusobno odnošenje ljudi – pošiljaoci i primaoci, pripadnici publike međusobno, prema društvu i njegovim institucijama (obitelj, obrazovanje, religija, politika i td.)
- Mediji djeluju u javnoj sferi kao komunikacijska infrastruktura za javnost i javno mijenje
- Sudjelovanje je dobrovoljno, u slobodno vrijeme
- Mediji su formalno bez moći – nemaju definirane formalne hijerarhijske veze između proizvođača poruka i publike
- Organizacija je profesionalizirana, povezana s tržištem i industrijom, ovisi o plaćenom radu, tehnologiji i financiranju
- Uvijek su u određenom odnosu s državom i vlašću, ovisno o obliku političkog uređenja“ (McQuail, 2007, Peruško, 2011, 22).

U ovom radu zanimaju nas mediji (elektronički mediji - radio, televizija, internet) kao industrija zabave, s gledišta prisutnosti ovih medija i medijskih sadržaja u slobodnom vremenu adolescenata. Obzirom da je internet kao *meta medij* potisnuo tradicionalne medije i kao revolucionarni informacijski i komunikacijski mrežni posrednik pokrenuo *on line* kulturu World Wide Web publike, te zbog opaženih prednosti ovog medija i njegovih društvenih aspekata, transformativne tehnologije i načina distribucije sadržaja, najveću pažnju poklanjamo upravo tom *novom mediju* i njegovim uslugama.

### 3. 2. Internet – globalna tehnološka i informatička mreža

Priču o ekspanziji interneta 90tih godina 20. stoljeća prati nužno priča o globalizaciji, digitalizaciji i komunikaciji. Svijet je postao jedno mjesto – *globalno selo*, na putu za *cyber* svijet. Danas, u 21. stoljeću, živimo u multimedijalnom okruženju što nam pruža planetarno popularni medij - internet. Zahvaljujući internetu, toj digitalnoj i informatičkoj platformi, možemo živjeti u *cyber prostoru*, u „digitalnoj zemlji snova“, kako ga doživljavaju entuzijasti u opisu novih tehnologija današnjice (Briggs, Burke, 2011, 330). Mogli bismo reći da *živimo* znanstvenu fantastiku. Interesantno je kako je upravo tvorac SF filmova William Gibson skovao pojam *cyberspacea*, kojim se danas opisuje virtualni svijet interneta (ibid.). Vrijeme i prostor nemaju više granice, milijuni umreženih ljudi posjeduju virtualne identitete, komunikacija je posredovana računalom.

Danas se internet promatra kao društveni komunikacijski fenomen *među-mreža* (eng. internet), pojam koji je se 1982. godine prvi put pojavljuje u engleskom jeziku (Gluhak, 2000, 105). U svojim začecima, 1969. u Americi, predstavljalo je komunikacijsko povezivanje više računala (ibid.).

Internet je najnoviji medij komunikacije i informacije, nastao krajem 20. stoljeća. Multimedijску pozadinu omogućuju veliki broj kanala i aplikacija. Bitni čimbenici za današnje korištenje interneta kao najpopularnijeg medija i servisa su: fleksibilnost i financijska isplativost, besplatne, razvijene, nove aplikacije za razmjenu multimedijalnih sadržaja, dvosmjerna komunikacija, stvaranje novih komunikacijskih kanala i bogatih sadržaja, web stranice i dr. (Bašić, 2012). Začeci ideje o internetu bilježe se 1969. godine kada je u SAD-u nastao projekt računalne mreže ARPANET pod vodstvom Agencije za napredne istraživačke projekte (ARPA). Početni cilj takve računalne mreže bila je vojna premoć SAD-a te razmjena istraživačkih podataka s različitih lokacija (ibid.). Globalna mreža

kakvu poznajemo danas počinje se razvijati 1983. godine u trenutku kada je Ministarstvo obrane SAD-a „odvojilo posebnu računalnu mrežu za vojne svrhe i za potrebe istraživanja“ (ibid., 3).

Nagovještaji o mrežnoj strukturi sličnu današnjem *World Wide Webu* sežu još 1945 kada američki elektronički inženjer i jedan od osnivača ARPANET-a Vannaver Bush teorijski opisuje uređaj nazvan *Memex*, „kao elektromehanički uređaj pomoću kojeg će pojedinci razvijati, pohranjivati istraživački rad i pretraživati virtualnu knjižnicu, kreirati i slijediti asocijativne veze i osobne komentare“ te pomoću kojeg „će ljudi moći zapisivati bilješke, pohranjivati podatke [...] i komunicirati“ (Dretar, 2014, 3). Snažan utjecaj na realizaciju ideje o računalnoj mreži dati će kibernetika kao znanstvena disciplina, koju je američki matematičar Norbert Wiener 1948. definirao kao „znanost o upravljanju i vezi između živih bića i strojeva i njihovih kombinacija“ (Singbo, 2009, ibid., 4).

1990. se smatra revolucionaranom godinom. Naime, te godine programer Tim Berners Lee „je razvio softver koji je omogućavao slanje i primanje informacija između korisnika koji su imali vezu na Internetu u obliku web stranice“ (Bašić, 2012, 4), kojeg danas poznajemo kao WWW poslužitelj. Web se temelji na HTTP protokolu (*Hyper Text Transfer Protokol*), za čiji je razvoj zaslužan Lee (Dretar, 2014, 7).

World Wide Web je „vodeća svjetska usluga traženja informacija te se temelji na Web pregledniku koji šalje zahtjev za pojedinu Web stranicu prema Web poslužitelju, a Web poslužitelj je nakon toga dostavlja korisniku“ (Bašić, 2012, 4). Uz pomoć principa „point-and-click“ pretražujemo podatke koji su na internetu „povezani putem hiperteksta, a tekstualne strukture, mreže linkova na elektroničkom uređaju koja sadrži hiperlinkove“ predstavljaju elektroničku vezu i omogućuju jednostavno i brzo pretraživanje (Dretar, 2014, 7).

Prema Kartelo, *web* se sastoji od „internet klijenta, internet poslužitelja (eng. *server*) i internet pretraživača (eng. *browser*). Internet klijent služi isključivo za pretraživanje informacija na internetu, pomoću programa pretraživača. Internet pretraživači su programi pomoću kojih pretražujemo datoteke, stranice i podatke, a koriste HTTP protokole za komunikaciju s Internet poslužiteljima. Sve internetske stranice smještene su na internetu, te svaka ima svoju adresu koju nazivamo URL (Uniform Resource Locator). Internet poslužitelj uspostavlja vezu s Internet pretraživačem i šalje zahtjev za URL-om stranice. Zatim provjerava datoteku te podatke šalje Internet klijentu, na čijem zaslonu se prikazuje stranica. Svaki Internet

poslužitelj posjeduje IP adresu, brojčanu oznaku računala na internetu, koja ga razlikuje od ostalih Internet poslužitelja“ (Kartelo, 2001, *ibid.*). Internet pretraživači kojima se danas najčešće koristimo su Internet Explorer (Microsoft), Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera i Safari (Apple).

Internet se etablirao danas u svakodnevni život a njegovi korisnici se koriste *online* alatima kako bi dobili ono što im treba – informacije, ideje, podršku, proizvode ili da se povežu i komuniciraju. Prema Briggs i Burke, većinu korisnika zanimaju informacije i zabava, ali sve veći broj korisnika, također, pruža te iste usluge i objavljuje ih na svojim *web* stranicama (Briggs, Burke, 2011). Najpopularnije usluge koje pruža internet su: portali za informiranje, zabavni sadržaji (filmovi, glazba, igrice), društvene mreže (Youtube, Facebook, Twitter), poslovna mreža (LinkedIn), elektronička pošta, chat, blog, aplikacije, *online* kupovina i druge.

S razvojem Web 2.0 alata djeljenje informacija, videa, fotografija te društvena interakcija i komuniciranje je za internet korisnike postao važan spektar njihovih preokupacija (Vidak, 2014). Web je postao platforma za društveno umrežavanje i stvaranje virtualnih zajednica.

Najveći broj životnih stilova potaknut je internetskom tehnologijom, a socijalna povezivanja putem društvenih mreža predstavljaju nove obrasce komuniciranja i ponašanja. Otvaranjem profila na nekoj ili više društvenih mreža stječe se *online* identitet umrežene zajednice.

### 3. 3. Internet – nova dokolica?

Interaktivne i multimedijalne mogućnosti interneta, globalna povezanost i potencijal *on line* mogućnosti predstavljaju kontekst današnje digitalne, komunikacijske i informacijske svakodnevnice tzv. *net generacije* (Tapscott, 2009). Ta generacija digitalnog doba izaziva veliku pozornost javnosti, jer se njihovi obrasci ponašanja, učenja i komuniciranja putem modernih tehnologija uvelike razlikuju od prijašnjih. Digitalno okruženje, po tvrdnjama brojnih znanstvenika, formira mlade generacije i utječe na njihov razvoj. Tapscott ih opisuje kao generaciju koja najviše voli *biti umrežena* i koja predstavlja pokretačku silu društvene transformacije (*ibid.*).

Uloga informacijskih i komunikacijskih tehnologija ukazuje na sveprisutnost virtualnog okruženja te participaciju društva u procesima masmedijalnosti. Popularnost interneta stvorila je računalnu kulturu i digitalnu platformu *cyber* životnih stilova. Hiperprodukcija komunikacijskih tehnologija dovela je do stvaranje „virtualnih identiteta“, kako naglašava



Bošnjak, i „preferencija koje su najčešće sasvim suprotne od stvarnog psihofizičkog profila korisnika“ (Bošnjak, 1998, 69). Stvaranje komunikacijskog identiteta u virtualnom prostoru ima tendenciju, kako ističe Robins, potiskivanju fizičkog, dakle, stvarnog identiteta ili subjekta te navodi: „Oduševljenju virtualnim iskustvom i postojanjem prethodi osjećaj potpunog oslobađanja od materijalnog i utjelovljenog svijeta. (...) U toj proizvoljnoj realnosti, identitet se neprestano rekonstruira kao fluidan i polimorfan entitet. Identiteti se uzimaju ili odbacuju ovisno o stupnju privlačnosti, kao u nekoj igri ili mašti“ (Robins, 1995, Bošnjak, 1995, 69). Posljedice umreženosti i virtualne stvarnosti, kako je naglasio Robins, zamagljuje granice između iluzije i stvarnosti te dovode do stvaranja „polarizacije tijela i uma, multiplikacije identiteta“ (Bošnjak, 64). Pojavom interneta virtualni prostor postao je alternativa fizičkom i kao takav poprimio karakter potpune komunikacije (ibid.).

S druge strane, bogata ponuda računalne i softverske tehnologije interneta kao digitalnog medija dosadašnje je medije ujedinila. Internet je, takoreći, bez konkurenta na tržištu. Internet se, stoga, naziva *meta-medijem*, jer omogućuje „konstrukciju poruke u vrlo različitim oblicima i na načine koji mogu 'imitirati' tradicionalne medije poput radija, tiska i televizije, kao i poprimiti sasvim nove karakteristike“ (Agre, 1998, Bubaš, Kermek, 2000, 110). Digitalna pozadina, kao što je internet, je u odnosu na radio, televiziju i tisak prilagođen pojedincu i njegovim potrebama. Bubaš i Kermek navode sljedeće prednosti interneta u odnosu na druge medije: Internet je „izvor *različitih vrsta informacija*“ (Bubaš, Kermek, 113) – zabavnih sadržaja, informacija o znanosti, kulturi i umjetnosti, dnevno-političkim temama i slično; sljedeća prednost je „*personaliziranost ili poosobljenost* tog medija“ (ibid., 114) – što pretpostavlja interaktivnost, „mogućnost izrade osobnih Web stranica“; Internet omogućuje „uvid u alternativna viđenja“, laku dostupnost informacijama i njihovu razmjenu, iznošenje vlastitih stavova i mišljenja i „*samoprezentacije na Webu*“ (ibid.); potom, društveni potencijal interneta predstavlja: participacija u društvenim, političkim i inim temama, „širina informacija i gledišta“, „manja mogućnost cenzuriranja“ i slično (ibid, 118).

Zahvaljujući modernoj digitalnoj tehnologiji ova generacija govori digitalnim jezikom, voli biti umrežena, komunicira i druži se na društvenim mrežama, globalno je orijentirana (Tapscott, 2009). Svemu tome doprinjeo je ubrzani razvoj tehnologije. Stvorio se novi stil već sad i kulturne prakse globalnog informiranja i zabave. Mladi aktivno oblikuju svijet, otvarajući brojne mogućnosti virtualnog svijeta i osmišljavanja svog slobodnog vremena. Web preglednik i sadržaj, društvene mreže i aplikacije postali su nova platforma mrežne generacije (*net generi*) za stvaranje zajednica, za interakciju i komuniciranje, za učenje,

slušanje glazbe, gledanje filmova, izrađivanje video isječaka, uređivanje fotografija, objavljivanje statusa, praćenje društveno-političkih i kulturnih događaja i kreiranje istih, promoviranje političke ili neke druge opredjeljenosti, učlanjivanje u grupe otvorenog ili zatvorenog tipa za promoviranje novosti, popularnih priča ili humanitarnih akcija (Vidak, 2014).

### 3. 3. 1. Slobodno vrijeme adolescenata - *homo zappiensa*

Virtualni svijet, mobilna telefonija, društvene mreže i internetski sadržaji su izričaj i stil života adolescenata 21. stoljeća. Najfrekventniji termin koji se koristi za ovu generaciju je net generacija (Tapscott, 2009), ali postoje i drugi termini: „generacija M (engl. *media generacija*), generacija V (engl. *virtual generation*), generacija C (u ovom nazivu su sintetizirani engl. termini: *connected* – povezani; *creative* – kreativni i *click* – skloni klikanju mišem)“ (Selwyin, 2009; Jones i Shao, 2011; Lasid-Lazid i sur., 2012, Bilić, 2015, 2). Prensky ih naziva „digitalnim urođenicima“ (Prensky, 2005, Bilić, 2015, 2), a sve veću popularnost stječe naziv *homo zappiens*, „izveden od lat. riječi homo - čovjek i oponašanja zvuka koji nastaje mahanjem izmišljenim laserskim oružjem 'zap-zap-zap', a predstavlja metaforu za brzo skeniranje informacija pogledom s računala ili mobitela“ (Veen, 2007; Veen i Vrakking, 2009, Bilić, 2015, 2). Neki autori su, međutim, skeptični i smatraju da nema dovoljno empirijskih dokaza s kojima bi se potvrdile promjene označene digitalnim urođenicima ili net generacije, te da unutar same digitalne generacije postoje velike razlike obzirom na tehnološka znanja i vještine (Nikodem, Kudek Mirošević, Bunjevac Nikodem, 2014).

Tapscott navodi da su tipična obilježja net generacije: sloboda, brzina, fleksibilnost, integritet, inovacija i kreativnost (Tapscott, 2009). Bilić navodi sljedeće osobine korištenja moderne tehnologije (Web 1.0 i Web 2.0) net generacije: „brzina, multitasking, traženje informacija i trenutna isplativost, širok raspon pažnje, društvenost, ponašanje u virtualnom svijetu“ (Bilić, 2015, 4). To su karakteristike učenja *homo zappiensa*, njihovo popularno odredište za druženje i traženje informacija, dijeljenje iskustva, ideja i oblikovanje stavova.

Mišljenja o net generaciji, međutim, su podijeljena. Tapscott izražava izuzetno pozitivan stav prema ovoj generaciji, ističući njihovu kolegijalnost, demokratičnost, znatiželju, timsku i globalnu orijentiranost te sposobnost prilagodbe i suradnje kao snagu novog društva koje teži društvenim promjenama i inovativnijem pristupu učenju i nastavi, razmjeni informacija,

njegovanju otvorenosti i tolerantnosti (ibid.). On je također mišljenja kako ta generacija brine o društvenim problemima i pravednosti te da su angažirani u brojnim oblicima civilnih aktivnosti, kako u školi tako i u svojim zajednicama (ibid.). Međutim, brojni teoretičari ne dijele njegov optimističan stav da se radi o generaciji s dubokom tolerancijom, već percipiraju net generaciju kao *intelektualne kleptomane* (prema Keen, 2010), *narcisoidnu generaciju* (prema Twenge i sur., 2008) ili *Copy-paste mentalitet* (prema Tapavički Duronjić, 2011), koja se prije svega voli samopredstavljati, kojoj je važniji vizualni od stvarnog identiteta, koja je narcisoidna i nekritična (Bilić, 2015).

### 3. 4. Posljedice digitalne dokolice na odgojne vrijednosti

Brojni autori izražavaju zabrinutost razvojem novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija na socijalizaciju mladih te posljedicama korištenja istih. Proces odrastanja i socijalizacije su izuzetno važne pedagoške teme, te u tom smislu, brojni autori ističu važnost istraživanja suodnosa novih tehnologija i socijalizacijskog procesa mladih. Mediji, a osobito internet, danas predstavljaju važan socijalizacijski agens, te su danas u središtu rasprava o prijedlozima računalne tehnologije. S tim u vezi, Potočnik, primjerice, ističe kako digitalne „tehnologije mijenjaju pristup informacijama i time snažno utječu na smjer i sadržaj socijalizacije mladih, (Potočnik, 2007, Nikodem, Kudek Mirošević, Bunjevac Nikodem, 2014, 214). Također, kako je istaknula Ilišin, elektronički mediji, kao sekundarni činitelji socijalizacijskog procesa, su popularni trend mladih i dominiraju kako u njihovom slobodnom vremenu tako i u svakodnevnim aktivnostima te na taj način utječu na formiranje vrijednosti i stil ponašanja generacije (Ilišin, 2003).

Bilić navodi kako karakteristike net generacije svakako izražavaju „pozitivne odgojne kvalitete kao što su dijeljenje, međusobno pomaganje, podršk[a], iskrenost i tolerancij[a]“, međutim, one vrlo često rezultiraju „nedostatkom strpljivosti, ustrajnosti, površnosti, nepromišljenosti te fizičkom i mentalnom lijenosti“ (Bilić, 2015, 1). Bilić dalje upozorava na negativne strane korištenja digitalnih medija na ponašanje mladih: „neodgovorno i nekorektno postupanje prema drugima (elektroničko nasilje, nepoštivanje vlasništva), ali i prema sebi (lažno predstavljanje i (ne)samokritičnost, te ugrožavanje privatnosti“ (ibid.). Bilić je, dakle, analizirala ove karakteristike *online* aktivnosti na ishode odgoja net generacije, a rezultati su predstavljeni u sljedećim crtama.

U tom, kako navodi Bajić, „zlatnom dobu brzine“ (Bajić, 2014, *ibid.*), „s kojom se uspostavlja komunikacija, šalju poruke i uči, rađa netoleranciju na čekanje odgovora na poruku ili povratne informacije, primjerice o napretku, o uspjehu na ispitu“, stvara se osjećaj *hitnosti* u kojem nema prostora za promišljanje, što rezultira poteškoćama u kognitivnom funkcioniranju (*ibid.*). Osim imperativa brzine, sljedeća karakteristika koju net generacija naziva svojom vrlinom je multitasking ili vještina istovremenog obavljanja više zadataka, što znači istovremeno: slušanje predavanja, praćenje Facebooka, pretraživanje po internetu i sl. (*ibid.*). Međutim, istraživanja su pokazala da takvo kognitivno opterećenje zapravo smanjuje učinkovitost, iz razloga što distribucija pažnje na više aktivnosti dovodi do slabije izvedbe svake pojedine aktivnosti (*ibid.*).

Pri traženju informacija, tvrde stručnjaci, mladi su jako spretni, ali zapravo površni. Pretraživanjem sadržaja pokazuju nestrpljenje i nedostatak koncentracije, izbjegavajući „intelektualne napore“ (Ben-David Kolikant, 2010, *ibid.*, 5). Pri tom „vrlo brzo mijenjaju posjećene stranice i nigdje se previše ne zadržavaju, skloni su žurnom obavljanju zadataka, ali nisu voljni ponavljati pretraživanje ni onda kad nisu sigurni u kvalitetu rezultata, odnosno ne ulaze dublje u sadržaj. Najčešće se oslanjaju na tražilice, u potrazi su za sažecima, pregledima, simplificiranim prikazima, uglavnom jednostavnijim stvarima“ (*ibid.*). Sve ove karakteristike, brzina, multitasking i traženje informacije, „rezultiraju širokim rasponom pažnje“ ili kako to opisuju Milivojević i sur., rezultiraju „lebdećom pažnjom“ (*ibid.*). Iako je ona poželjna jer „moderni način učenja uz pomoć interneta doprinosi plastičnosti mozga koji uči brzo mijenjati fokus, brzo analizirati informacije i trenutačno odlučivati o akcijama“, smatra se da može nepovoljno utjecati na memoriju i razmišljanje (Bilić, 2009, 5).

Digitalna platforma, dakle, na kojoj mladi participiraju, uče i formiraju svoj stil življenja, ponašanja i vrijednosti najviše je na udaru kritika onih stručnjaka koji u njoj ne prepoznaju mogućnost kreativnog izražavanja, ambicija i aspiracija mladih, već negativne indikatore neorganiziranog i potrošačkog duha, idolopoklonstva, iz kojih ne proizlaze odgojne vrijednosti. Također, tomu navedenom, oštro se kritizira komfornost tehnologije koja štetno utječe na fizički i kognitivni razvoj. Kako navodi Berk, pruža se „osjećaj lažne sposobnosti“ (Berk, 2009, Bilić, 2015, 7), jer takav način učenja, u kojem izostaju promišljanja i kritički stav, rezultira manjkom „razvijene sposobnosti kontemplacije“, dovodi do poteškoća u zaključivanju (Ben-David Kolikant, 2010, *ibid.*) i nepromišljenog ponašanja (Selwyn, 2009, *ibid.*).

Zbog toga se opravdano upozorava na medijsko opismenjavanje i poziva stručnjake iz oblasti pedagogije na važnost sustavnog učenja o medijima. „Medije treba znati dekodirati, poznavati njihove zakonitosti da bi ih se moglo razumjeti“ (Blažević, 2012, 482). Hrvatska je, ističe Blažević, 2012. godine prihvatila *Deklaraciju o medijskoj kulturi* kojom se poziva roditelje i odgojno-obrazovne institucije na važnost edukacije o medijima te osmišljavanju pedagoških programa koji potiču kritičko promišljanje o novim tehnologijama (ibid.).

### 3. 5. Mediji i odgoj za medije

Današnji adolescentski svijet je obojen virtualnošću i umreženom kulturom. Novi oblici komunikacija putem novih tehnologija i aplikacija promijenili su svakodnevnicu i odrastanje. Na tom polju globalnih komunikacijskih sustava prepoznajemo tehnološki i društveni zaokret. Moderne tehnologije su integrirane u svakodnevni život i napravile su „pomak od tehnološkog k društvenom alatu“ (Relja, Božić, 2011, 138).

Adolescenti 21. stoljeća odrastaju u bogatom medijskom okruženju i danas su masovni mediji sastavni dio svakodnevnice i popularne kulture. Na svakom koraku smo bombardirani velikim brojem sadržaja koji se emitiraju putem radija, novina, televizije i interneta. Sve više istraživanja koja proučavaju ulogu masovnih medija (osobito interneta) u životima djece i mladih upućuje na važnost „uključenosti odgoja za medije“ i razvijanje medijskih kompetencija (Blažević, 2012, 482). Sličnog su mišljenja Miliša i Milačić koji zagovaraju stručnjake „iz oblasti medijske pedagogije“ (Miliša, Milačić, 2010, 571). Kako ovi autori ističu, mediji su postali tako intenzivan socijalizacijski agens da „je nemoguće razmatrati bilo kakve aspekte života mladih izvan konteksta utjecaja medija“ (ibid., 572). Osobito je izražena medijska orijentacija mladih u njihovom slobodnom vremenu. Štoviše, kako potvrđuju rezultati istraživanja Miliše i Milačića, pokazalo se da se „vrijeme (sve većeg dijela) mladih provedeno pred ekranima (televizora, mobitela, kompjutora) izjednačilo (negdje i prekoračuje) s vremenom boravka u školi“ (ibid., 571). Većina istraživanja pokazuje zapravo da su mladi *konzumenti medija* i taj podatak više ne iznenađuje.

Potrebu za novim pristupima odgojno-obrazovnim pitanjima vezanim uz medije pokazuje činjenica da mladi „nisu zaštićen[i] od prevelikog medijskog konzumiranja“ (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009, 200). Dok komuniciramo u tzv. medijskom okruženju, nameću se rasprave o posljedicama takvog dokoličarenja. Treba li dokolicu putem novih tehnologija promatrati kroz prizmu medijske indoktrinacije, kakvu nam sugerira Noam Chomsky ili pak, kako nas upozorava Vlasta Ilišin, da mediji manipuliraju mladima i da „medijska komercijalizacija

dokolice vodi ka pogubnim odgojnim posljedicama“ (ibid., 573)? Činjenica je da masovna kultura dominira slobodnim vremenom mladih i da stručnjaci percipiraju medijske sadržaje kao potencijalno štetne agense u procesu socijalizacije, najviše iz činjenice jer istiskuju obitelj i školu (ibid.).

Štoviše, istraživanja pokazuju „da su masovni mediji postali važan izvor stjecanja i oblikovanja spoznaja o svijetu, međuljudskim odnosima, kulturi, okolišu i samome sebi“ (Citković, 2008, 206). Informacije koje kreiraju masovni mediji utječu na stvaranje predodžbi o svijetu i društvu te utječu na oblikovanje mišljenja, vrijednosti i stavova te u konačnici, i ponašanja (ibid.). Nužno je, kako ističe Citković, upozoriti na činjenicu da informacije koje pružaju mediji ne predstavljaju istovremeno i objektivnu stvarnost, već da su oni samo „jedna od interpretacija stvarnosti“ odnosno „samo jedna od mnogostrukih predodžbi o stvarnom događaju“ (ibid, 207). Današnji adolescenti, upozorava Citković, ponajprije usvajaju poruke prezentirane putem medija, jer je dostupnost informacija mladima brže i jednostavnije, a nisu više dominantno regulirane od strane obitelji ili različitih institucija (ibid). Pojavom masovnih medija mladi kreiraju svoju stvarnost mehanizimima koji potencijalni mediji stvaraju, pružajući usluge, određena iskustva, dominantne vrijednosti, vjerovanja, pogled na određene događaje. Na taj način, ističe Citković, mladi u procesu socijalizacije, nemaju resurse kritički vrednovati određene sadržaje, jer se oni putem medija prikazuju kao realni (ibid.). Mladi nemaju niti iskustva niti sposobnosti vrednovati prikazani sadržaj, jer su načini na koji masovni mediji odabiru sadržaj mladima nepoznati (ibid.).

Iako s psihološkog aspekta ne možemo oštro tvrditi da adolescenti mehanički upijaju sadržaje, istraživanja ipak pokazuju da su mladi podložni medijima zbog njihove atraktivnosti i da su mediji posrednici u oblikovanju vrijednosti (ibid.). Obitelj, crkva, škola, država i druge institucije ne predstavljaju više socijalizacijsku silu, tvrdi Car, moralni i svaki drugi autoritet su pružili masovni mediji, koji svojom zavodljivošću i dostupnošću definiraju društvena vjerovanja (Car, 2013). Autoriteti postaju osobe i događanja iz medijskog prostora (bez cenzure i kontrole), čije ponašanje mladi kopiraju (ibid.). Dinamične socijalne promjene koje uključuju nove komunikacijske tehnologije i popularnu medijsku kulturu transformirali su djetinjstvo tj. „kontrast između mnogih iskustava odraslih i djece nestaje“ (ibid., 286). Elektronički mediji, napose internet, izmijenili su definiciju djetinjstva, socijalnog učenja i ulogu obitelji i drugih institucija, donijeli nove oblike stjecanja znanja i informacija, nova druženja, virtualni svijet i *online* prijatelje (ibid.). Stoga, naglašava Citković, u medijskom kontekstu je neizostavno odgojno–obrazovno djelovanje (Citković, 2008).

Tako u kontekstu globalizacije i tehnološkog razvoja društva medijski odgoj predstavlja potrebu i pedagoški izazov. Medijska pismenost je, smatraju brojni autori, preduvjet za obrazovanje za održivi razvoj (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009). Usmjerenost na razvoj kritičkog mišljenja otvara prostor ka istinskom razvoju čovjeka koji se s ubrzanim socijalnim i ekonomskim promjenama sve teže prilagođava novonastalim situacijama. Matijević, stoga, predlaže *inovativno učenje* i nudi zamisao „o ulozi medija u ostvarivanju ciljeva odgoja za održivi razvoj“ (Matijević, 2008, 90). To je takvo obrazovanje, tvrdi Matijević, koje je usmjereno na budućnost, na razvoj kritičkog mišljenja i kreativnog rješavanja problema (ibid.)

Obzirom da je čovjeku današnjice medijsko okruženje postalo prirodno okruženje, ono i uvjetuje prilagodbu na novonastale promjene, odnosno, potrebno je naći kompromis za buduće generacije (ibid.). Drugim riječima, škola je postala svjesna da odgojno-obrazovne metode više ne prate dinamične društvene promjene i da je potrebno razmatrati nove didaktičke strategije, pedagoški osmišljavati programe. Tako Matijević pozitivno razmatra implikacije novih medija (ponajprije interneta) za aktivno i inovativno učenje koristeći tehnike „*simulacije i igre*“ (ibid., 88). Upotreba ovih tehnika kao nastavnih i didaktičkih strategija predstavlja novu, digitalnu dimenziju, koja uključuje računalne simulacije i misaone eksperimente (ibid.). Matijević smatra kako je karakter i aspekt novih medija alternativa za budućnost: „Računalne igre mogu biti pripremljene kao futuristička događanja, kao rješavanje problema, donošenje odluka, istraživanje“ itd. (ibid., 90).

Svakako se daje iz ovoga primijetiti da su mogućnosti koje pružaju masovni mediji, osobito internet, nedovoljno iskorištene u odgojno-obrazovnom aspektu, kao što je i važno upozoriti na činjenicu da je korištenje masovnih medija neizostavno u cjelokupnom načinu življenja. Između novih, elektroničkih medija i odgojno-obrazovnog rada potreban je interaktivni odnos, jer masovni mediji mogu biti odgojno utjecajni, i mogu, kako ističe Citković, voditi ka promjenama u društvu, te dodaje: „Obrazovni, ali i zabavni sadržaji mogu se koristiti u svrhu podizanja svijesti o društvenim problemima, dajući mladima ne samo informacije i znanje nego im pružajući uzore, razloge, vrijednosti i motivaciju za uključivanje u oblikovanje stavova i ponašanja koja mogu biti dio njihovog svakodnevnog života“ (Citković, 2009).

### 3. 5. 1. Medijska pedagogija

Digitalni mediji i medijska kultura dobivaju u odgojno-obrazovnim raspravama proteklih godina na značaju. U tom okviru interesantna su istraživanja medijskog učinka na razvoj mladih ljudi. Rodek je mišljenja kako je mehanizam medijskog djelovanja složen proces, ali

je danas s informatičko-komunikacijskog i odgojno-obrazovnog aspekta u globaliziranom, dinamičnom društvu, nezaobilazan aspekt u istraživanju te tvrdi: „O uspješnom odgoju i obrazovanju ne može se više raspravljati bez medijskog odgoja i medijskog obrazovanja, a socijalizacija mladih nužno obuhvaća i medijsku socijalizaciju“ (Rodek, 2011, 10).

Znanstvenici diljem Europe podupiru odgoj za medije i „polaze od stajališta da je škola ključna institucija za posredovanje znanja i vještina osnovne medijske pismenosti, koja djecu može naučiti kritičkom pristupu prema medijima i pomaže im razvijati vlastitu viziju samoga sebe“ (Erjavec, Zgrabljic, 2000, 90). Potreba za integracijom odgoja za medije u odgojno-obrazovnim institucijama, a koja proizlazi iz deklaracije koju je potpisalo 19 europskih članica na međunarodnom simpoziju *Odgoj za mlade* 1982. godine u Njemačkoj, proizlazi iz načela da takav odgoj priprema mlade ljude „na odgovorno građanstvo i poveća[va] kritičku svijest medijskih korisnika“ (ibid.).

Osim *odgoja za medije* (Velika Britanija, Slovenija) danas se upotrebljavaju termini *medijska pismenost* (Kanada, Australija, USA), *medijska kompetencija* (Njemačka) te *audiovizualni odgoj* (Nizozemska) (ibid.). Kako pokazuje istraživanje Erjavec i Zgrabljic iz 2000, države koje su najbolje integrirale odgoj za medije u školski sustav su Australija, Kanada, Finska, Velika Britanija, Norveška, Švedska, Njemačka i Slovenija, a čiji su sadržaji uključeni u različite predmete i/ili u obliku izbornih ili obaveznih predmeta (ibid.). Medijski odgoj u suvremenim interpretacijama predstavlja poddisciplinu medijske pedagogije i „bavi se usvajanjem medijske pismenosti i ovladavanju medijske kompetencije“ (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009, 79).

Medijska pedagogija kao znanost etablirala se krajem 60tih godina i rezultat je „razvoja odgojnih znanosti i [...] reakcija na posljedice naglog razvitka (inovativnih) medija u dvadesetom stoljeću“ (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009, 96). Medijska pedagogija uključuje različita polja istraživanja: „medijski odgoj (pospješuje medijsko obrazovanje, oslanja se na medijsku pismenost i medijske kompetencije), medijska kultura, medijska didaktika (proučavanje medijske metodike), medijsko-znanstveno istraživanje, medijska socijalizacija i medijska etika“ (Tolić, 2009, 97). Cilj medijske pedagogije je postati medijski kompetentan, tj. usvojiti znanja i vještine za kritičko vrednovanje medija i medijskih sadržaja (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009).

Medijski odgoj, kako navode autori Miliša, Tolić i Vertovšek, „ima za funkciju interpretirati sve razine i aspekte medijskog društva i pojedinačnog medija koji su nužni za razvoj mlade



generacije“ (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009, 80). Kao glavne ciljeve medijskog odgoja ovi autori navode: „prepoznavanje medijskog djelovanja (razgradnja sadržaja): manipulacijskog i/ili odgojnog djelovanja, razlučiti fikciju od stvarnosti, prepoznati polivalentnost medijskih sadržaja i formi“ (ibid.). Iako brojni autori gledaju na medijski odgoj i medijsku pismenost kao na istoznačnice, drugi su mišljenja da ih je potrebno razlikovati. „Medijski odgoj omogućava medijsku pismenost i ovladavanje medijskim kompetencijama“ (ibid., 168). Kako bi medijski odgoj bio uspješan potrebno je usvojiti aspekte medijske pismenosti koja uključuje: „tehničku kompetentnost“ (ovladavanje računalnim tehnikama), „znakovnu kompetentnost“ (dekodiranje i interpretiranje poruka iz medija), „kulturnu kompetentnost“ (integracija dobivenih sadržaja i informacija u društvenu sredinu) (ibid.).

Medijski pismena je ona osoba koja je „dobro informirana o temama“, koja zna koristiti medije, koja je usvojila medijsku kritiku, koja ima komunikacijske kompetencije, koja ima sposobnost procjene i vrednovanja sadržaja te korištenja istog na pravilan način (ibid., 169). Medijska pismenost se prema *Konferenciji o medijskoj pismenosti* iz 1992. godine definira kao „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Aufderheide, 1992, Zgrabljic Rotar, 2005, 1). Prema Miliša, Tolić i Vertovšek, medijska pismenost predstavlja početni korak u stjecanju medijskih kompetencija (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009), odnosno ona je „uži pojam i odnosi se na razinu stjecanja vještina vezanih za neki konkretni medij, kao što je kompjutorska pismenost, filmska umjetnost ili za grupe medija kao što je tehnološka ili digitalna pismenost, dok medijska kompetencija uključuje sve ove različite pismenosti; ne samo vještine, nego i znanje i upućenost kao sredstva pri sprječavanju medijske manipulacije“ (ibid., 158).

### 3. 6. *Multimedijsko slobodno vrijeme*

Mediji su sveprisutni u današnjici. Upotreba medija je u tolikoj mjeri postala uobičajena da nas je učinila ovisnicima. Najpopularniji od svih medija je mobilna tehnologija koja nam omogućuje dvadesetičetrisatnu dostupnost i umreženost. Mobiteli nam omogućuju internetsko pretraživanje, skidanje i pohranu podataka; oni su spremnici e-pošte, sms poruka, računalnih igrica, aplikacija, glazbe i video-isječaka; oni su fotoaparat i kamera, sredstva za informiranje, za zabavu, navigaciju i komunikaciju – oni su pametni telefoni, proizvod masovne kulture. To je ekran, preko kojeg čitamo novine ili neki bestseller; taj nam je ekran i računalo i telefon i televizor i radio – sofisticirana nova tehnologija kojoj učestalo poklanjamo vrijeme i pažnju. Sve se odvija *instant*. Svoje slobodno vrijeme brojimo u megabajtima i gigabajtima.

Kao što je radio nekad nadmašio novine, tako je kasnije televizija nadmašila radio i film (Zgrabljic Rotar, 2005). Internet – meta medij, digitalni medij - među adolescentima, „novom komunikacijskom generacijom“ (ibid., 5) najkorišteniji medij, iako ne u potpunosti istisnuo ostale medije, sa svojim atraktivnim karakteristikama je od strane svojih korisnika postao personaliziran. Korisnici mogu zadovoljiti svaku potrebu, bilo gdje da se nalaze.

Svjedoci smo virtualne komunikacije, koja, potaknuta informatičkom tehnologijom u industriji pretraživanja, proizvoda i usluga, zamjenjuje realnost u nekim aspektima ljudskih aktivnosti i navješćuje uzbudljivu budućnost. Virtualni svijet uspostavio je nove, orginalne i dinamične međuljudske interakcije i u tom smislu učinio život i svakodnevnicu interesantnim. Sve upućuje na stvaranje nove virtualne zajednice a taj kibernetički prostor egzistencije osmišljen je za sve oblike interakcije. Nove tehnologije su postale novo sredstvo, novi medij, pomoću kojeg pojedinci ulaze u taj prostor društvene i kulturne interakcije (Munitić, 2008).

Danas se digitalno društvo i ne može promatrati bez svog tehnološkog alata, kao je to lijepo primjetio Castells, opisujući položaj čovjeka te suodnos društva i tehnologije u današnjem, informatičkom dobu (Castells, 2000, Relja, Božić, 2012).

## II. EMPIRIJSKI DIO

### 4. Predmet, cilj, problem i hipoteze istraživanja

Predmet istraživanja je način korištenja slobodnog vremena i značaj medija (posebno interneta) u slobodnom vremenu mladih.

Cilj istraživanja je utvrditi na koje načine mladi najčešće provode slobodno vrijeme i koliko slobodnog vremena posvećuju aktivnostima na internetu, te kojim sadržajima poklanjaju najviše interesa.

S obzirom na cilj istraživanja formulirani su sljedeći problemi:

1. Ispitati na koje načine mladi najčešće provode slobodno vrijeme
2. Ispitati s koliko slobodnog vremena mladi raspolažu dnevno
3. Ispitati koliko adolescenata prati i koristi internet kao najpopularniji masmedij
4. Ispitati koje sadržaje mladi prate na internetu
5. Ispitati koliko mladih ima profil na društvenoj mreži

U ovoj analizi, sukladno postavljenim problemima, polazi se od sljedećih hipoteza:

H 1: Jedna od najčešćih aktivnosti u slobodnom vremenu adolescenata je korištenje interneta.

H 2: Ne postoji statistički značajna razlika između spolova u korištenju interneta u slobodnom vremenu

H 3: Mladi najčešće koriste internet u slobodnom vremenu za zabavu i komunikaciju s vršnjacima

H 4: Postoji statistički značajna razlika između spolova u sadržajnim preferencijama

H 5: Postoji povezanost između raspoloživog slobodnog vremena i vremena utrošenog na aktivnostima na internetu

#### 4. 1. Metodologija – korištene metode i tehnike

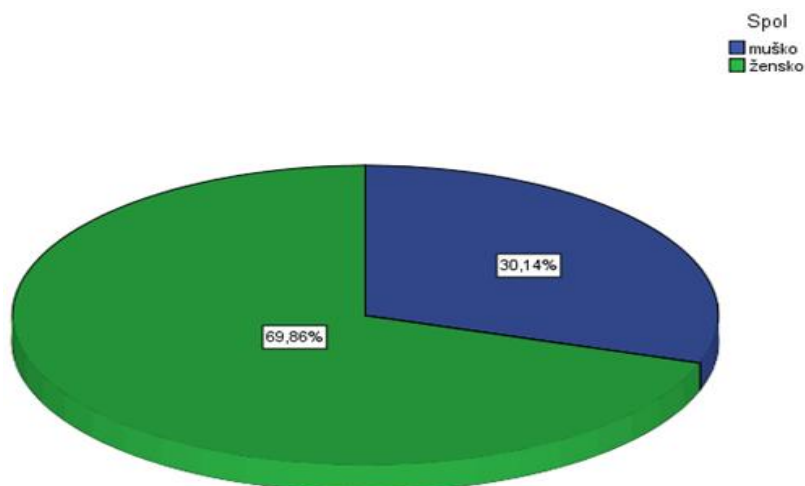
##### 4. 1. 1. Odabir uzorka i postupak prikupljanja podataka

Istraživanje je provedeno u Zagrebu u VII. gimnaziji u svibnju 2016. godine. Uzorak ovog istraživanja čini jedna skupina ispitanika – učenici trećih razreda srednje škole. Sveukupno je u istraživanju sudjelovalo tri razreda srednje škole, odnosno 73 učenika.

U općoj uputi ispitanicima sam obrazložila svrhu istraživanja te naglasila dobrovoljnost sudjelovanja, povjerljivost odgovora i anonimnost. Upitnik je sastavljen za potrebe ovog istraživanja, a rezultati će se isključivo koristiti za potrebe ovog diplomskog rada.

Anketiranje u školi provedeno je uz prisutstvo istraživača, uz odobrenje ravnateljice škole i predmetnih nastavnika, na čijim se satovima razredne zajednice anketiranje i provelo. Razredi u kojima je provedeno istraživanje bilo je većinski ženskog spola, pa je tako sudjelovalo 22 mladića, dok je djevojaka bilo 51, što je vidljivo u tablici 1, odnosno na grafikonu.

Tablica 1 Struktura ispitanika obzirom na spol učenika			
		Broj	Postotak
Spol	muško	22	30,1%
	žensko	51	69,9%
	Ukupno	73	100,0%



Pogledamo li podatke za spol promatranih ispitanika možemo uočiti kako je 30,1% ispitanika muškog spola, dok je 69,9% ispitanika ženskog spola.

#### *4. 1. 2. Instrument istraživanja i metoda obrade podataka*

U ovom istraživanju koristila sam se anketiranjem, kao glavnom metodom, što uključuje korištenje anketnog upitnika kao instrumenta istraživanja. Anketni upitnik podijeljen je na četiri dijela koji uključuje opće podatke (spol), načine provođenja slobodnog vremena, korištenje interneta te sadržaje na internetu. Učenici su ispitani o načinima provođenja slobodnog vremena i značaju interneta u njihovom slobodnom vremenu; potom je ispitano raspoloživo slobodno vrijeme adolescenata, zatim slobodno vrijeme utrošeno na korištenje interneta te sadržajne preferencije na internetu.

Ukupan broj pitanja iznosi 33, od čega su tri pitanja otvorenog tipa (od učenika se tražilo da nadopune, odnosno samostalno odgovore na pitanje, i pitanje s multiplim odgovorima) i jedna skala procjene. U pitanjima zatvorenog tipa od učenika se tražilo da zaokruže jedan odgovor, a na jedan zadatak zatvorenog tipa učenici su odgovarali pomoću Likartove skale procjene - zadatak 8, koji obuhvaća pitanja o preferiranim sadržajima na internetu, gdje su učenici trebali zaokružiti jednu ocjenu u rasponu od 1 do 5 koja najbolje opisuje njihove stavove (1 – nikada, 2 – rijetko, 3 – ponekad, 4 – često, 5 – uvijek).

Prikupljeni podatci su obrađeni SPSS 20.0 računalnim programom. Za analizu podataka korišteni su postupci deskriptivne statistike za opis podataka, hi-kvadrat test pri određivanju statističkih razlika između uzoraka, prikazivanje frekvencije odgovora i izračunavanje aritmetičkih sredina i SD; potom, test korelacije, zatim t-test za utvrđivanje statističke značajnosti između aritmetičkih sredina promatranih skupina, zatim analiza varijance (ANOVA) za utvrđivanje statistički značajne razlike između aritmetičkih sredina za više od dvije skupine varijabli.

#### *4. 2. Rezultati istraživanja i rasprava*

U kontekstu ovog istraživanja *slobodno vrijeme* me ponajprije zanimalo kao onaj vremenski okvir posvećen konzumaciji različitih aktivnosti i medijskih sadržaja u svakodnevnicu mladih. Polazilo se od pretpostavke, kao što potvrđuju i dosadašnja istraživanja, da je fenomen koji ovdje analiziramo, tj. slobodno vrijeme, u središtu pedagoških teorija jer predstavlja stvaralački potencijal pojedinca one „populacije koja prolazi kroz intenzivno formativno

razdoblje“ (Ilišin, 2003, 10). Pitanje koje se postavlja odgoju i obrazovanju je kako iskoristiti slobodno vrijeme, kako bi ono bilo konstruktivno i kvalitetno za svestrani razvoj ličnosti ili kako je Janković istaknuo, kako bi ono bilo „snaga socijalizacije čovjeka“ (Janković, 1967, 14). U vrijeme adolescencije, složit će se brojni teoretičari, proces socijalizacije je najintenzivniji i shvaća se „kao integriranje pojedinca u društveni život kroz proces prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, a što podrazumijeva učenje stavova, vrednota i poželjnih oblika ponašanja“ (Ilišin, 2003, 10). Stoga su u fokusu pedagoških istraživanja oni socijalizacijski agensi koji potencijalno utječu na razvoj mlade osobe. Masovni mediji su jedan od tih socijalizacijskih agensa. Uslijed snažnog tehnološkog razvoja i utjecaja masovnih medija, distribucije medijskih sadržaja i masovne kulture, brojna istraživanja, komunikacijske, sociološke i pedagoške teorije, upućuju da u slobodnom vremenu mladih izuzetno dominira medijski sadržaj koji može utjecati na ponašanje korisnika istih (ibid.). Činjenica je da su ne samo mladi nego i odrasli fascinirani medijima, osobito internetom, i da je najveći dio vremena utrošen upravo na korištenje medija. Iako se u ovom istraživanju ne ispituju potencijalni utjecaji medijskog sadržaja na pojedinca, valja konstatirati da je u fokusu većine odgojnih istraživanja i analiza upravo odnos mladih i medija.

Samo do unatrag jednog desetljeća rezultati istraživanja su isticali televiziju kao najučestalije korišten medij, dok danas, s dinamičnim kompjuterskim i informatičkim razvojem, internet zauzima prvo mjesto konzumiranih medija te važnu ulogu kako u svakodnevnom životu tako i u slobodnom vremenu mladih (ibid.).

U ovom radu se problematizira slobodno vrijeme iz pedagoške perspektive. Fenomen slobodnog vremena, njegova konceptualizacija i karakteristike su prikazani u poglavljima teorijskog dijela, zajedno s aspektom masmedija kao socijalizacijskog agensa i teorijskim korpusom adolescencije kao razvojne faze. U ovom se radu polazi od Dumazedierove definicije slobodnog vremena, gdje je ono shvaćeno kao „zanimanje kojem se pojedinac može posvetiti po miloj volji, izvan profesionalnih, obiteljskih i društvenih nužnosti i obveza, da bi se odmorio, zabavio i kultivirao“ (Dumazedier, Lefebvre, 1988: 153). Nadalje, polazi se od dviju temeljnih pretpostavki: prva je - mediji, osobito internet, imaju istaknutu ulogu u slobodnom vremenu mladih i druga – zabava i komunikacija s vršnjacima povezana je s učestalošću korištenja interneta.

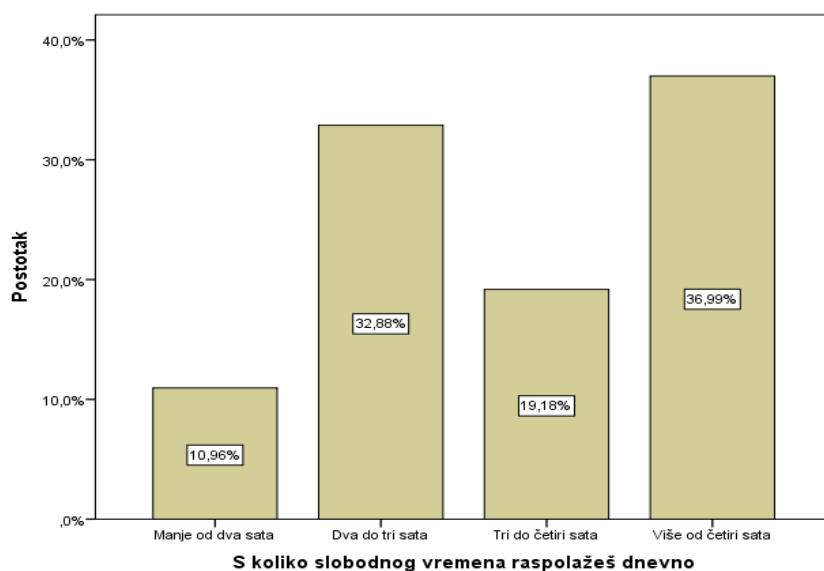
Kao što je već u prethodnom poglavlju rečeno, rezultati istraživanja dobiveni su putem anketnog upitnika. Uzorak je projektiran kao namjeran, tj. uzorak čine učenici srednje škole,

kako bismo dobili podatke koji su indikativni za adolescentsku dob. Dakle, riječ je o mladima u dobi od 16-17 godina. Sudjelovala su tri treća razreda VII. gimnazije; u dva razreda anketirana je kvota od 25 učenika i jedan razred od 23 učenika. Obradom podataka obuhvaćeno je 73 upitnika. Prvi dio anketnog upitnika odnosi se na provođenje slobodnog vremena.

Prije prikaza aktivnosti, kojim se mladi najčešće bave u slobodnom vremenu, prikazat ćemo količinu slobodnog vremena s kojim mladi raspolažu dnevno.

**Tablica 2** Frekvencija odgovora *S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno*

		Broj	Postotak
S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	Manje od dva sata	8	11,0%
	Dva do tri sata	24	32,9%
	Tri do četiri sata	14	19,2%
	Više od četiri sata	27	37,0%
	Ukupno	73	100,0%



Prema *Tablici 2*, odnosno grafikonu, ustanovljeno je kako 11,0% mladih navodi *manje od dva sata* slobodnog vremena, 32,9% navodi *dva do tri sata*, 19,2% navodi *tri do četiri sata*, dok 37,0% navodi *više od četiri sata*. Iz toga možemo vidjeti, kako ispitanici ne raspolažu velikom

količinom slobodnog vremena dnevno, ali je to vrijeme svakako dovoljno za upražnjavanje sadržajima koje preferiraju. Ovim istraživanjem nismo obuhvatili zadovoljstvo ispitanika količinom slobodnog vremena. Međutim, ako polazimo od pretpostavke kako mladi svoje raspoloživo slobodno vrijeme iskorištavaju prema vlastitim interesima, onda je, kako navodi Lenz, „manje bitna količina vremena kojom raspolažemo, u odnosu na činjenicu kako je to vrijeme iskorišteno i kakve su posljedice samog angažmana“ (Lenz, 1991, Valjan Vukić, 2013, 68).

<b>Tablica 3 Frekvencija odgovora <i>Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme</i></b>			
		Broj	Postotak
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: u kafiću ili klubu	da	33	45,2%
	ne	40	54,8%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: čitam knjigu ili novine	da	13	17,8%
	ne	60	82,2%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: uz računalo (kompjutor, smartphone, ipad i sl.)	da	58	79,5%
	ne	15	20,5%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: idem u kino, na koncert ili u kazalište	da	12	16,4%
	ne	61	83,6%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: gledam TV	da	29	39,7%
	ne	44	60,3%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: slušam radio	da	9	12,3%
	ne	64	87,7%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: bavim se sportom	da	25	34,2%
	ne	48	65,8%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: pohađam neki tečaj (jezika, umjetnosti i slično)	da	17	23,3%
	ne	56	76,7%
	Ukupno	73	100,0%
Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme: komuniciram na društvenim mrežama	da	35	47,9%
	ne	38	52,1%
	Ukupno	73	100,0%



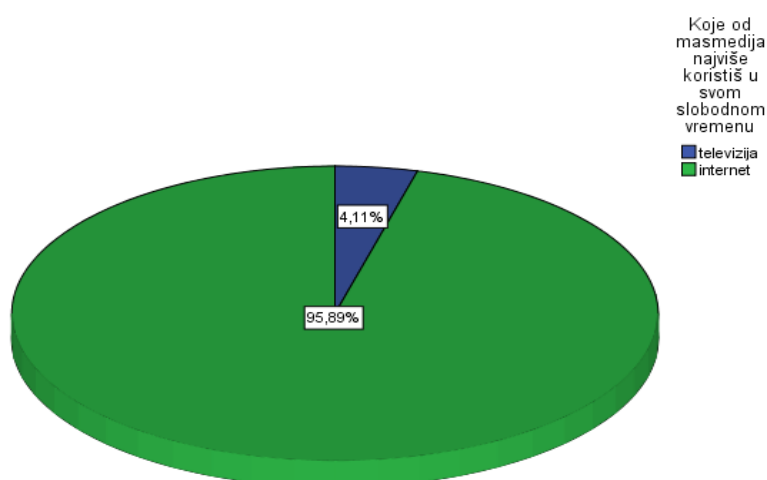
Pogledamo li odgovore ispitanika u *Tablici 3* možemo uočiti kako najveći udio ispitanika, njih 79,5%, slobodno vrijeme provodi uz *računalo (kompjutor, smartphone, ipad i sl.)*, zatim 47,9% navodi kako *komunicira na društvenim mrežama*, 45,2% navodi *u kafiću ili klubu*, a 39,7% navodi kako *gledaju TV*. Ako navedene aktivnosti promatramo pojedinačno, očito je da su mladi u svom slobodnom vremenu izuzetno aktivni i svoje slobodno vrijeme konzumiraju na različite načine. Druže se i komuniciraju s vršnjacima, bave se sportom, pohađaju neki tečaj ili posjećuju kazalište ili kino. U ostalim aktivnostima, poput čitanje knjige ili novina, slušanje radija, mladi su rijetko aktivni, što je i očekivano, obzirom da je novi medij internet istisnuo potrebu za njihovom konzumacijom.

Ako se dobiveni podatci promatraju integralno, tada je vidljivo kako je najveći dio slobodnog vremena posvećen medijskim sadržajima i društvenim mrežama koje pruža planetarno najpopularniji masmedij internet. Iako još uvijek nije u potpunosti istisnuo ostale načine provođenja slobodnog vremena, svakako možemo zaključiti da internet sve više zamijenjuje brojne aktivnosti.

U *Tablici 4* prikazani su ostali odgovori ispitanika na pitanje *kako najčešće provodiš slobodno vrijeme*.

<b>Tablica 4: Frekvencija odgovora</b> <i>Nešto drugo – što</i>	
crtam i šecem sa psima	1
pušim travu	1
radim na raznim projektima	1
spavam	3
sviram	1

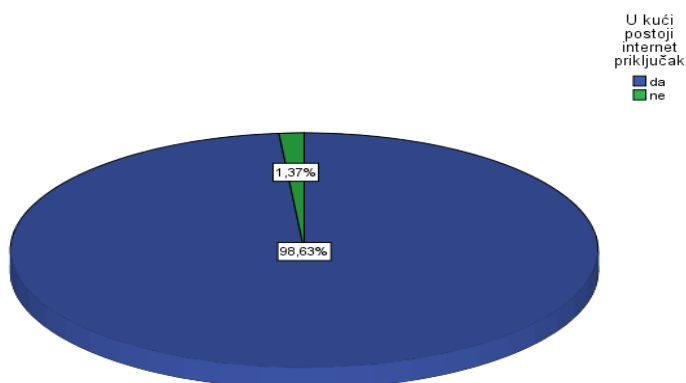
<b>Tablica 5 Frekvencije odgovora na pitanje <i>Koje od masmedija najčešće koristiš u svom slobodnom vremenu</i></b>			
		Broj	Postotak
Koje od masmedija najviše koristiš u svom slobodnom vremenu	radio	0	0,0%
	televizija	3	4,1%
	internet	70	95,9%
	Ukupno	73	100,0%



Prema dobivenim rezultatima iz *Tablice 5*, odnosno pripadajućem grafikonu, vidljivo je da ispitanici u svom slobodnom vremenu najviše preferiraju internet od svih masmedija - 95,9% mladih navodi *internet*, dok njih 4,1% navodi *televiziju*. Ni jedan ispitanik nije naveo afinitete prema radiju kao mediju. Ustanovljeni podatci upućuju da su nove generacije adolescenata korisnici interneta, a u prilog tome govore i sljedeći podatci o posjedovanju internetskog priključka, vlastitog računala i mobilnog interneta.

**Tablica 6** Frekvencije odgovora na postojanje internetskog priključka u kući

		Broj	Postotak
U kući postoji internet priključak	da	72	98,6%
	ne	1	1,4%
	Ukupno	73	100,0%



Iz *Tablice 6*, odnosno pripadajućeg grafikona, vidljivo je da 98,6% ispitanika posjeduje internetski kućni priključak, a svega 1,4% ,odnosno jedan ispitanik, navodi kako ga ne posjeduje. Također, pogledamo li *Tablicu 7*, vidljivo je da 79,5% ispitanika navodi da posjeduje vlastito računalo, dok njih 20,5% navodi kako ne posjeduje isti. Prema dobivenim rezultatima možemo zaključiti kako posjedovanje kućnog priključka te posjedovanje vlastitog računala omogućuje veliku autonomiju i privatnost prilikom korištenja interneta i pregledavanje sadržaja.

<b>Tablica 7 Frekvencije odgovora o posjedovanju vlastitog računala</b>			
		Broj	Postotak
Posjedujem vlastito računalo	da	58	79,5%
	ne	15	20,5%
	Ukupno	73	100,0%

Osim putem osobnog računala, danas je popularno pristupanje internetu putem mobilnih uređaja, odnosno smartphonea. Podatci u *Tablici 8* dolje, pokazuju da čak 98,6% ispitanika posjeduje mobilni internet, što im svakako omogućuje još veću privatnost te pristup internetu gdje god se nalazili.

<b>Tablica 8 Frekvencije odgovora o posjedovanju mobilnog interneta</b>			
		Broj	Postotak
Posjedujem mobilni internet	da	72	98,6%
	ne	1	1,4%
	Ukupno	73	100,0%

Uz mobilnu telefoniju su nezaobilazne besplatne aplikacije koje mladi koriste za interakciju i komunikaciju sa svojim vršnjacima. Među najpopularnijim aplikacijama su one društvenih mreža, Facebook i Twitter, pa ne iznenađuje podatak, vidljiv u *Tablici 9* dolje, kako većina anketiranih učenika, njih 93,2%, posjeduje profil na društvenoj mreži.

<b>Tablica 9 Frekvencije odgovora o posjedovanju profila na društvenim mrežama</b>		
	Broj	Postotak

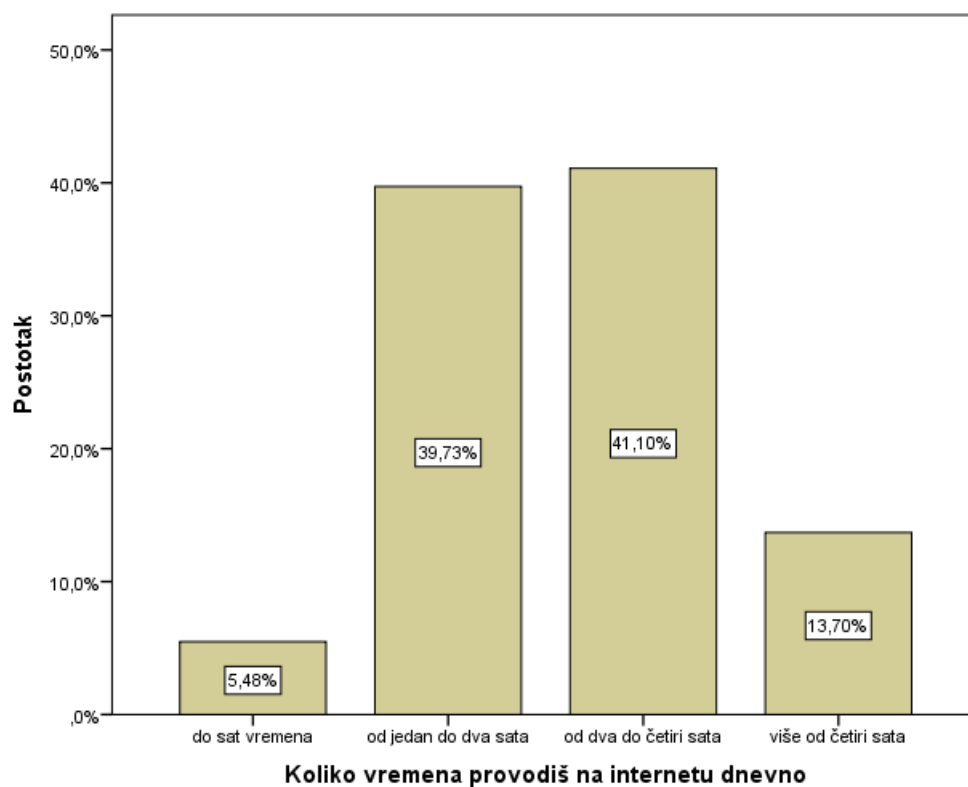
Posjedujem profil na društvenoj mreži	da	68	93,2%
	ne	5	6,8%
	Ukupno	73	100,0%

Rezultati prvog dijela ankete pokazuju kako je najčešća aktivnost u slobodnom vremenu mladih korištenje interneta i s time je potvrđena prva hipoteza.

Drugi dio anketnog upitnika, osim gore navedenih pristupa internetu, se odnosio na dnevni utrošak vremena provedenog na internetu te mjesto korištenja interneta.

**Tablica 10 Frekvencije odgovora o vremenu utrošenom na aktivnostima na internetu**

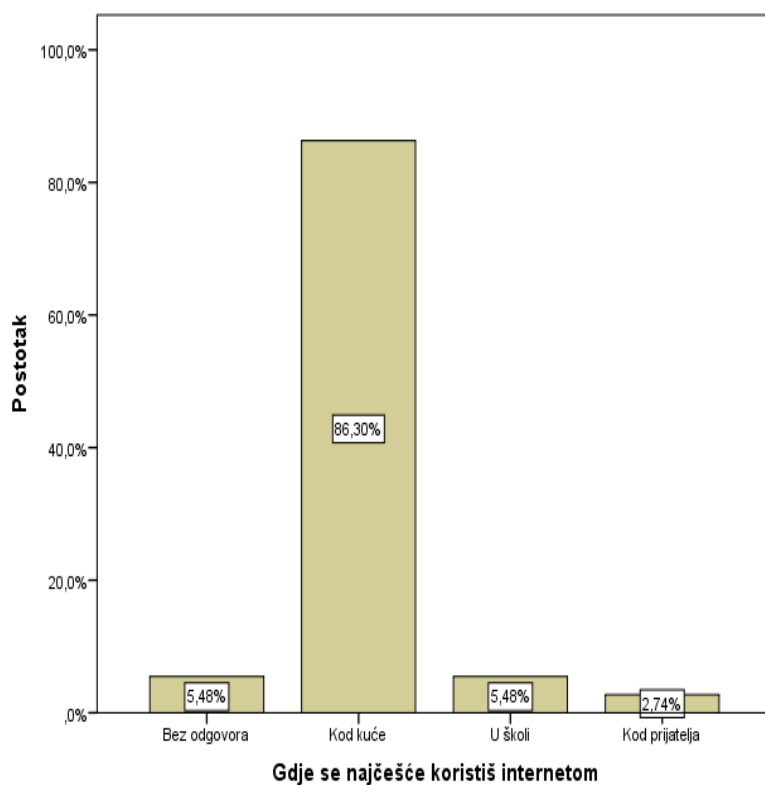
		Broj	Postotak
Koliko vremena provodiš na internetu dnevno	ne koristim internet	0	0,0%
	do sat vremena	4	5,5%
	od jedan do dva sata	29	39,7%
	od dva do četiri sata	30	41,1%
	više od četiri sata	10	13,7%
	Ukupno	73	100,0%



Dobiveni podatci iz *Tablice 10*, odnosno pripadajućeg grafikona, ukazuju kako 5,5% ispitanika navodi kako dnevno provede *do sat vremena*, potom njih 39,7% navodi *od jedan do dva sata*, zatim 41,1% navodi *od dva do četiri sata*, dok 13,7% navodi *više od četiri sata*. Dobiveni rezultati ne iznenađuju. Naime, prikazani rezultati o posjedovanju osobnog računala i mobilnog telefona su indicija da je internet, zbog današnje brze dostupnosti, višestruko prisutan u slobodnom vremenu mladih. Zanimljivo je da ne postoji niti jedan ispitanik koji ne koristi internet.

Na količinu vremena provedenog na internetu pokazuje i činjenica da se većina mladih ispitanika najčešće koristi internetom kod kuće, njih 86,3%, potom njih 5,5% navodi u školi, dok 2,7% navodi kod prijatelja, što pokazuje *Tablica 11*, odnosno pripadajući grafikon. Ako uzmemo u obzir i podatke o posjedovanju mobilnog interneta i osobnog računala, onda iz ove analize možemo pretpostaviti, kako je internet sveprisutan u svakodnevici mladih te kako adolescenti koriste internet kao medij za zabavu, kao mjesto komunikacije i izražavanja, i kao mjesto gdje mogu pronaći sadržaje prema vlastitom interesu (što će se pokazati u *Tablici 13*).

<b>Tablica 11 Frekvencije odgovora na pitanje <i>Gdje se najčešće koristiš internetom</i></b>			
		Broj	Postotak
Gdje se najčešće koristiš internetom	Bez odgovora	4	5,5%
	Kod kuće	63	86,3%
	U školi	4	5,5%
	Kod prijatelja	2	2,7%
	Ukupno	73	100,0%



U Tablici 12 prikazani su ostali odgovori ispitanika na pitanje *gdje se najčešće koristiš internetom*.

Tablica 12: Frekvencije odgovora	
<i>Negdje drugdje-gdje</i>	
na putu do škole	1
svugdje	1
svugdje gdje se nalazim (kad god zatrebam)	1
u gradu, u kafiću	1
u tramvaju	2
u tramvaju na putu u/iz škole	1

Obzirom na sve dobivene vrijednosti prvog i drugog dijela anketnog upitnika, druga hipoteza *Ne postoji statistički značajna razlika između spolova u korištenju interneta u slobodnom vremenu* se neće testirati. Rezultati mjerenja pokazuju da testiranje neće pokazati odstupanje obzirom na varijablu spol po pitanju korištenja interneta kao medija u slobodnom vremenu mladih, jer je 95,9% ispitanika odgovorilo da najviše preferira internet u svom slobodnom

vremenu. Međutim, prikazat ćemo rezultate mjerenja ovisno o varijabli spol s obzirom na sadržajne preferencije ispitanika (T-test), a Anova testom ćemo prikazati razlike u korištenju pojedinih sadržaja na internetu obzirom na odgovore ispitanika.

Pogledat ćemo najprije rezultate trećeg dijela anketnog upitnika. U ovom dijelu smo ispitivali navike korištenja interneta, odnosno ispitivali smo, koje sadržaje učenici najviše koriste na internetu. Treći dio anketnog upitnika, također, obuhvaća testiranje ispitanika o mogućnostima obavljanja određenih aktivnosti u slobodnom vremenu bez korištenja interneta.

Na sljedećim ćemo stranicama prikazati odgovore ispitanika za *korištenje interneta*, za svako pitanje bit će prikazani podatci u obliku postotnog udjela odgovora ispitanika, također, prikazat ćemo aritmetičku sredinu i standardnu devijaciju za svako promatrano pitanje. U skladu s tim komentirat ćemo pitanja kod kojih je zabilježena najveća i najniža vrijednost aritmetičke sredine odgovora ispitanika.

<b>Tablica 13: Korištenje interneta</b>					
		Broj	Postotak	Aritmetička sredina	Standardna devijacija
Koristim Internet: pri učenju i za školske zadaće	nikada	0	0,0%		
	rijetko	11	15,1%		
	ponekad	41	56,2%		
	često	18	24,7%		
	uvijek	3	4,1%		
	Ukupno	73	100,0%	3,18	,73
Koristim Internet: za slušanje i skidanje glazbe	nikada	0	0,0%		
	rijetko	1	1,4%		
	ponekad	9	12,3%		
	često	33	45,2%		
	uvijek	30	41,1%		
	Ukupno	73	100,0%	<b>4,26</b>	,73
Koristim Internet: za gledanje filmova i serija	nikada	1	1,4%		
	rijetko	10	13,7%		
	ponekad	12	16,4%		
	često	25	34,2%		
	uvijek	25	34,2%		
	Ukupno	73	100,0%	<b>3,86</b>	1,08

Koristim Internet: za forume	nikada	29	40,3%		
	rijetko	27	37,5%		
	ponekad	13	18,1%		
	često	3	4,2%		
	uvijek	0	0,0%		
	<b>Ukupno</b>	<b>72</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,86</b>	<b>,86</b>
Koristim Internet: za razgovor s prijateljima na društvenim mrežama (facebook i twitter)	nikada	5	7,0%		
	rijetko	5	7,0%		
	ponekad	8	11,3%		
	često	25	35,2%		
	uvijek	28	39,4%		
	<b>Ukupno</b>	<b>71</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,93</b>	<b>1,20</b>
Koristim Internet: pratim politička zbivanja	nikada	8	11,0%		
	rijetko	32	43,8%		
	ponekad	16	21,9%		
	često	13	17,8%		
	uvijek	4	5,5%		
	<b>Ukupno</b>	<b>73</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,63</b>	<b>1,07</b>
Koristim Internet: pratim sportske događaje	nikada	9	12,3%		
	rijetko	23	31,5%		
	ponekad	18	24,7%		
	često	12	16,4%		
	uvijek	11	15,1%		
	<b>Ukupno</b>	<b>73</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,90</b>	<b>1,26</b>
Koristim Internet: pratim modu i evente	nikada	12	16,4%		
	rijetko	19	26,0%		
	ponekad	23	31,5%		
	često	12	16,4%		
	uvijek	7	9,6%		
	<b>Ukupno</b>	<b>73</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,77</b>	<b>1,20</b>
Koristim Internet: pratim kulturna događanja	nikada	9	12,3%		
	rijetko	21	28,8%		
	ponekad	26	35,6%		
	često	14	19,2%		
	uvijek	3	4,1%		



	Ukupno	73	100,0%	2,74	1,04
Koristim Internet: čitam i gledam vijesti	nikada	0	0,0%		
	rijetko	11	15,1%		
	ponekad	27	37,0%		
	često	28	38,4%		
	uvijek	7	9,6%		
	Ukupno	73	100,0%	3,42	,86
Koristim Internet: igram igrice	nikada	29	39,7%		
	rijetko	14	19,2%		
	ponekad	16	21,9%		
	često	9	12,3%		
	uvijek	5	6,8%		
	Ukupno	73	100,0%	2,27	1,29
Koristim Internet: za kupovinu	nikada	29	39,7%		
	rijetko	21	28,8%		
	ponekad	18	24,7%		
	često	3	4,1%		
	uvijek	2	2,7%		
	Ukupno	73	100,0%	<b>2,01</b>	1,03

Rezultati testiranja u *Tablici 13* pokazuju sljedeće vrijednosti: Najvišu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika bilježimo za pitanja *koristim Internet: za slušanje i skidanje glazbe* gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 4,26, dok standardna devijacija iznosi 0,73, kod pitanja *koristim Internet: za razgovor s prijateljima na društvenim mrežama (Facebook i Twitter)* aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 3,93, dok standardna devijacija iznosi 1,20, kod pitanja *koristim Internet: za gledanje filmova i serija* aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 3,86, dok standardna devijacija iznosi 1,08. Najnižu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika bilježimo za pitanja: *koristim Internet: za forume* gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 1,86, dok standardna devijacija iznosi 0,86, a za pitanje *koristim Internet: za kupovinu* gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,01, dok standardna devijacija iznosi 1,03.

U svrhu istraživanja proveli smo također i ANOVA test, kako bismo utvrdili razliku u načinima korištenja interneta. Iako rezultati analize, prikazani u *Tablici 13*, pokazuju kako se

određeni sadržaji više koriste od drugih, analizom varijance ćemo ispitati postoji li statistički značajna razlika u aritmetičkim sredinama za više od dvije skupine varijabli. Usporedit ćemo nekoliko različitih uzoraka, pri čemu svaki uzorak predstavlja zasebni skup (populaciju) koji se međusobno uspoređuju. Dakle, analizom varijance željeli smo utvrditi postoji li statistička razlika u korištenim sadržajima na internetu ili se ti sadržaji podjednako koriste, bez obzira na varijablu spol. Pritom smo sadržaje iz anketnog pitanja 8. stavili u kategorije, što pokazuje sljedeća tablica.

Tablica 13a

<b>Kateg.1 Pomoć pri učenju i školske obaveze</b>	<b>Kateg.2 Zabavni sadržaji:</b>	<b>Kateg. 3 Informativno- politička zbivanja:</b>	<b>Kateg.4 Komunikacija:</b>	<b>Kateg. 5 Događanja i event:</b>	<b>Kateg. 6 Sport:</b>	<b>Kateg. 7 Ostalo:</b>
<b>a) pri učenju i za školske zadace</b>	b) slušanje i skidanje glazbe c) gledanje filmova i serija d) igram igrice	f) pratim politička zbivanja j) čitam i gledam vijesti	d) za forume e) razgovori s prijateljima na društvenim mrežama	h) moda i eventi i) kulturna događanja	g) pratim sportske događaje	l) za kupovinu

Prema ovoj kategorizaciji sadržaja, dobili smo sljedeće rezultate, vidljive u *Tablici 13b*.

<b>Tablica 13b: Deskriptivni pokazatelji za promatrane kategorije</b>				
	Broj	Aritm. sredina	Standardna devijacija	Standard na greška
Pomoć pri učenju i školske obaveze	73	3,1781	,73300	,08579
Zabavni sadržaji	73	3,4658	,67068	,07850
Informativno-politička zbivanja	73	3,0274	,80748	,09451
Komunikacija	70	2,9214	,76441	,09136
Događanja i event	73	2,7534	,97227	,11380
Sport	73	2,9041	1,26012	,14749
Ostalo (za kupovinu)	73	2,0137	1,03405	,12103
Ukupno	508	2,8947	,99984	,04436

U *Tablici 13b* prikazane su aritmetičke sredine odgovora ispitanika za načine korištenja interneta, za kategoriju *pomoć pri učenju i školske obaveze* aritmetička sredina iznosi 3,1781, kod kategorije *zabavni sadržaji* aritmetička sredina iznosi 3,4658, kod kategorije *informativno-politička zbivanja* aritmetička sredina iznosi 3,0274, kod *kommunikacije* aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,9214, kod *dogadaja i eventa* aritmetička sredina iznosi 2,7534, kod *sporta* iznosi 2,9041, dok kod kategorije *ostalo (za kupovinu)* aritmetička sredina iznosi 2,0137.

Tablica 13c: ANOVA					
	Suma kvadrata	Stupnje vi slobode	Kvadrat aritm. sredina	F - vrijednost	Signifikantnost
Između grupa	89,127	6	14,854	17,816	,000
Unutar skupina	417,711	501	,834		
Ukupno	506,838	507			

Pogledamo li vrijednost signifikantnosti za promatrane kategorije u *Tablici 13c* možemo uočiti kako signifikantnost testa iznosi manje od 5%, odnosno  $p=0,000$ , gdje s razinom pouzdanosti od 95% možemo reći kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima ispitanika s obzirom na promatrane načine korištenja interneta. Nadalje, višestrukom usporedbom prikazat ćemo razlike između svake promatrane kategorije, a rezultati analize prikazani su u *Tablici 13d*.

Tablica 13d: Višestruka usporedba (Tukey-ov test)				
(I) Kategorije	(J) Kategorije	Razlika sredina (I-J)	Standard na greška	Signifikantnost
Pomoć pri učenju i školske obaveze	Zabavni sadržaji	-,28767	,15114	,479
	Informativno-politička zbivanja	,15068	,15114	,955
	Kommunikacija	,25665	,15275	,630
	Događanja i eventi	,42466	,15114	,076
	Sport	,27397	,15114	,540
	Ostalo (za kupovinu)	1,16438*	,15114	,000
Zabavni sadržaji	Pomoć pri učenju i školske obaveze	,28767	,15114	,479
	Informativno-politička zbivanja	,43836	,15114	,059
	Kommunikacija	,54432*	,15275	,007
	Događanja i eventi	,71233*	,15114	,000
	Sport	,56164*	,15114	,004

	Ostalo (za kupovinu)	1,45205*	,15114	,000
Informativno-politička zbivanja	Pomoć pri učenju i školske obaveze	-,15068	,15114	,955
	Zabavni sadržaji	-,43836	,15114	,059
	Komunikacija	,10597	,15275	,993
	Događanja i eventi	,27397	,15114	,540
	Sport	,12329	,15114	,983
	Ostalo (za kupovinu)	1,01370*	,15114	,000
Komunikacija	Pomoć pri učenju i školske obaveze	-,25665	,15275	,630
	Zabavni sadržaji	-,54432*	,15275	,007
	Informativno-politička zbivanja	-,10597	,15275	,993
	Događanja i eventi	,16800	,15275	,928
	Sport	,01732	,15275	1,000
	Ostalo (za kupovinu)	,90773*	,15275	,000
Događanja i eventi	Pomoć pri učenju i školske obaveze	-,42466	,15114	,076
	Zabavni sadržaji	-,71233*	,15114	,000
	Informativno-politička zbivanja	-,27397	,15114	,540
	Komunikacija	-,16800	,15275	,928
	Sport	-,15068	,15114	,955
	Ostalo (za kupovinu)	,73973*	,15114	,000
Sport	Pomoć pri učenju i školske obaveze	-,27397	,15114	,540
	Zabavni sadržaji	-,56164*	,15114	,004
	Informativno-politička zbivanja	-,12329	,15114	,983
	Komunikacija	-,01732	,15275	1,000
	Događanja i eventi	,15068	,15114	,955
	Ostalo (za kupovinu)	,89041*	,15114	,000
Ostalo (za kupovinu)	Pomoć pri učenju i školske obaveze	-1,16438*	,15114	,000
	Zabavni sadržaji	-1,45205*	,15114	,000
	Informativno-politička zbivanja	-1,01370*	,15114	,000
	Komunikacija	-,90773*	,15275	,000
	Događanja i eventi	-,73973*	,15114	,000
	Sport	-,89041*	,15114	,000
*. Themeandifference is significant at the 0.05 level.				

Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *pomoć pri učenju i školske obaveze* i *ostalo (za kupovinu)*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,000 što je manje od 0,05, stoga s razinom pouzdanosti od 95%, možemo reći kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija.

Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *zabavni sadržaji* i *komunikacija*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,007 što je manje od 0,05, stoga možemo utvrditi kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija. Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *zabavni sadržaji* i *događanja i eventi*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,000 što je manje od 0,05, stoga možemo utvrditi kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija.

Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *zabavni sadržaji* i *sport*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,004 što je manje od 0,05, stoga možemo reći kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija. Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *zabavni sadržaji* i *ostalo (za kupovinu)*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,000 što je manje od 0,05, stoga možemo reći kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija.

Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *informativno-politička zbivanja* i *ostalo (za kupovinu)*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,000 što je manje od 0,05, stoga možemo kazati kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija. Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *komunikacija* i *ostalo (za kupovinu)*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,000 što je manje od 0,05, stoga možemo kazati kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija.

Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *događanja i eventi* i *ostalo (za kupovinu)*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,000 što je manje od 0,05, stoga možemo utvrditi kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija. Uočena je statistički značajna razlika između ispitanika kod kategorija *sport* i *ostalo (za kupovinu)*, razina signifikantnosti ovdje iznosi 0,000 što je manje od 0,05, stoga možemo zaključiti kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima između promatranih kategorija.

Iz dobivenih rezultata mjerenja o preferiranim sadržajima na internetu možemo zaključiti, kako mladi internet najviše koriste za zabavu i komunikaciju s prijateljima na društvenim mrežama, dok isti najmanje koriste za forume i kupovinu. Analizom varijance (ANOVA) smo

dokazali da postoji statistički značajna razlika između promatranih kategorija, odnosno da su ispitanici usmjereni na one aktivnosti i sadržaje na internetu koji im omogućavaju zadovoljavanje potrebe za zabavom i druženjem s vršnjacima. S prikazanim rezultatima možemo prihvatiti i potvrditi hipotezu *Mladi najčešće koriste internet u slobodnom vremenu za zabavu i komunikaciju s vršnjacima*.

Na sljedećim ćemo stranica provesti testiranje putem t –testa za razlike u korištenju interneta obzirom na varijablu spol. Rezultati analize vidljivi su u *Tablici 14* i *Tablici 15*.

<b>Tablica 14: Grupna statistika</b>					
	Spol	Broj	Aritmetička sredina	Stand. devijacija	Standardna greška
Pomoć pri učenju i školske obaveze	muško	22	3,0000	,75593	,16116
	žensko	51	3,2549	,71675	,10036
Zabavni sadržaji	muško	22	3,5152	,71808	,15309
	žensko	51	3,4444	,65546	,09178
Informativno-politička zbivanja	muško	22	3,2273	,92231	,19664
	žensko	51	2,9412	,74597	,10446
Komunikacija	muško	22	2,8864	,81550	,17387
	žensko	48	2,9375	,74822	,10800
Događanja i eventi	muško	22	2,0227	,62635	,13354
	žensko	51	3,0686	,92747	,12987
Sport	muško	22	4,0455	1,04550	,22290
	žensko	51	2,4118	1,00352	,14052
Ostalo (za kupovinu)	muško	22	1,7727	,81251	,17323
	žensko	51	2,1176	1,10720	,15504

<b>Tablica 15: T - test</b>								
			Levenov test jednakosti varijanci		t-test			
			F	Sign	t	Stupnjevi slobode	Sign (dvostrana)	Razlika aritm. sredina
								Stand. greška razlike

Pomoć pri učenju i školske obaveze	Jednake varijance pretpostavljene	,008	,930	-1,372	71	<b>,174</b>	- ,25490	,18583
	Jednake varijance nisu pretpostavljene			-1,343	38,043	,187	- ,25490	,18986
Zabavni sadržaji	Jednake varijance pretpostavljene	,167	,684	,411	71	<b>,682</b>	,07071	,17207
	Jednake varijance nisu pretpostavljene			,396	36,811	,694	,07071	,17850
Informativno-politička zbivanja	Jednake varijance pretpostavljene	3,947	,051	1,398	71	<b>,166</b>	,28610	,20461
	Jednake varijance nisu pretpostavljene			1,285	33,407	,208	,28610	,22266
Komunikacija	Jednake varijance pretpostavljene	,434	,512	- ,258	68	<b>,797</b>	- ,05114	,19815
	Jednake varijance nisu pretpostavljene			- ,250	37,816	,804	- ,05114	,20468
Događanja i eventi	Jednake varijance pretpostavljene	2,322	,132	- 4,826	71	<b>,000</b>	- 1,04590	,21671
	Jednake varijance nisu pretpostavljene			- 5,615	57,796	,000	- 1,04590	,18628
Sport	Jednake varijance pretpostavljene	,069	,793	6,303	71	<b>,000</b>	1,63369	,25919
	Jednake varijance nisu pretpostavljene			6,200	38,458	,000	1,63369	,26350
Ostalo (za kupovinu)	Jednake varijance pretpostavljene	1,784	,186	- 1,314	71	<b>,193</b>	- ,34492	,26244
	Jednake varijance nisu pretpostavljene			- 1,484	53,657	,144	- ,34492	,23248

Pogledamo li vrijednost signifikantnosti za *događanja i eventi* možemo uočiti kako signifikantnost testa iznosi manje od 5%, odnosno  $p=0,000$ , te možemo reći kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima za *događanja i evente* s obzirom na spol ispitanika. Isto tako, pogledamo li vrijednost signifikantnosti za *sport* možemo uočiti kako

signifikantnost testa iznosi manje od 5%, odnosno  $p=0,000$ , te možemo reći kako postoji statistički značajna razlika u odgovorima za *sport* s obzirom na spol ispitanika.

T-testom smo, dakle, ustanovili kako postoji razlika u odgovorima ispitanika obzirom na varijablu spol. Naime, rezultati analize su pokazali da djevojke pokazuju više interesa za kategoriju *događanja i eventi* za razliku od mladića. Također, ustanovili smo kako mladići pokazuju više interesa za kategoriju *sport* za razliku od djevojaka. Ostale kategorije su kod oba spola podjednako zastupljene, odnosno, možemo se složiti, kako ne postoji značajne razlike obzirom na varijablu spol u korištenju sljedećih sadržaja na internetu: *pomoć pri učenju i školske obaveze, zabavni sadržaji, informatičko – politička zbivanja, komunikacija i ostalo (kupovina)*.

Iz dobivenih rezultata možemo prihvatiti i četvrtu hipotezu *Postoji statistički značajna razlika između spolova u sadržajnim preferencijama*. Kao što je već istaknuto, ta je razlika između spolova obzirom na sadržajne preferencije dokazana u spomenutim dvjema kategorijama. To se moglo i očekivati, te iz dobivenih podataka možemo utvrditi kako su za oba spola *kommunikacija* i *zabavni sadržaji* podjednako važni, tj. drugim riječima, možemo zaključiti kako se te dvije skupine ne razlikuju na temelju dobivenih vrijednosti iz tih dviju kategorija.

Na sljedećim stranicama testirat ćemo posljednju hipotezu *Postoji povezanost između raspoloživog slobodnog vremena i vremena utrošenog na aktivnostima na internetu*. Kako bismo ustanovili utječu li odgovori ispitanika o njihovom raspoloživom vremenu na vrijeme provedeno na internetu provest ćemo Hi kvadrat test i test korelacije. Dobiveni rezultati prikazani su u *Tablici 16 i Tablicama 17 i 17a*.



Tablica 16: Unakrsna tablica

			S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno				Ukupno
			Manje od dva sata	Dva do tri sata	Tri do četiri sata	Više od četiri sata	
Koliko vreme na provodiš na internetu dnevno	do sat vremena	Broj	1	2	0	1	4
		% unutar Koliko vremena provodiš na internetu dnevno	25,0%	50,0%	0,0%	25,0%	100,0%
		% unutar S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	12,5%	8,3%	0,0%	3,7%	5,5%
	od jedan do dva sata	Broj	3	12	6	8	29
		% unutar Koliko vremena provodiš na internetu dnevno	10,3%	41,4%	20,7%	27,6%	100,0%
		% unutar S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	37,5%	50,0%	42,9%	29,6%	39,7%
	od dva do četiri sata	Broj	4	8	4	14	30
		% unutar Koliko vremena provodiš na internetu dnevno	13,3%	26,7%	13,3%	46,7%	100,0%
		% unutar S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	50,0%	33,3%	28,6%	51,9%	41,1%
	više od četiri sata	Broj	0	2	4	4	10
		% unutar Koliko vremena provodiš na internetu dnevno	0,0%	20,0%	40,0%	40,0%	100,0%
		% unutar S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	0,0%	8,3%	28,6%	14,8%	13,7%
Ukupno		Broj	8	24	14	27	73
		% unutar Koliko vremena provodiš na internetu dnevno	11,0%	32,9%	19,2%	37,0%	100,0%
		% unutar S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Prema dobivenim podacima u *Tablici 16* vidljivo je da količina raspoloživog slobodnog vremena ne determinira utrošak vremena provedenog na internetu. Međutim, vidljiv je rastući trend, prema kojem možemo pretpostaviti (u *Tablici 16* bold) svojevrstu podudarnost *raspoloživog slobodnog vremena i vremena utrošenog na internetu* (prema podacima u *Tablici 16*, to su sljedeći rezultati: 14 ispitanika koji percipira svoje raspoloživo slobodno vrijeme *više od četiri sata* utroši *dva do četiri sata* vremena na internetu). Zbog malog uzorka ovaj podatak se ne može smatrati relevantnim, iz istog razloga što adolescentima aktivnosti na internetu nisu jedini način provođenja slobodnog vremena.

**Tablica 17:** Hi kvadrat test

	Vrijednost	df	Asymp. Sig. (dvostrana)	Exact Sig. (dvostrana)	Exact Sig. (jednostrana)	Vjerojatnost (margine)
Pearson hi kvadrat	9,060 <sup>a</sup>	9	,432	,444		
Likelihoodov omjer	10,276	9	,329	,444		
Fisherov egzaktni test	8,447			,445		
Linearna povezanost	3,450 <sup>b</sup>	1	,063	,067	,037	,010
Broj valjanih slučajeva	73					

a. 10 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,44.

b. The standardized statistic is 1,857.

Pogledamo li vrijednost *Fisherovog egzaktnog testa*, u *Tablici 17*, možemo uočiti kako signifikantnost iznosi 0,445 što je više od 0,05, stoga možemo uočiti kako između frekvencija odgovora ispitanika za pitanje *koliko vremena provodiš na internetu dnevno* s obzirom na pitanje *s koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno* ne postoji statistički značajna razlika, odnosno rezultati se statistički značajno ne razlikuju od onih koje bismo očekivali kad bi oni bili posve slučajni.

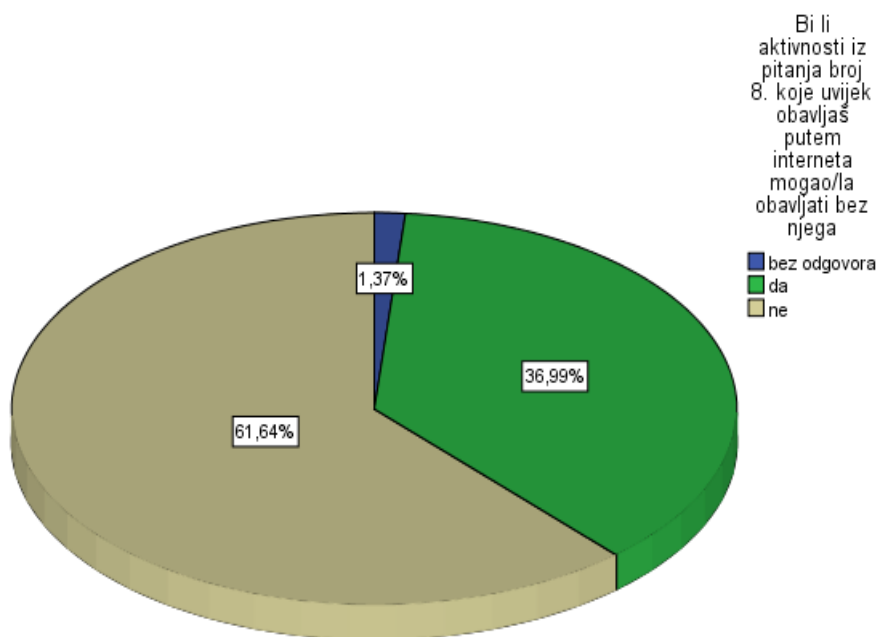
<b>Tablica 17a: Korelacija</b>			
		S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	Koliko vremena provodiš na internetu dnevno
S koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno	r	1	,219
	p		,063
	N	73	73

Koliko vremena provodiš na internetu dnevno	r	,219	1
	p	,063	
	N	73	73

Pogledamo li razinu značajnosti koeficijenta korelacije  $r$  (*Tablica 17a*) možemo uočiti kako iznosi više od 0,05, stoga možemo zaključiti kako za pitanje *s koliko slobodnog vremena raspolažeš dnevno* nije uočena značajna korelacija s obzirom na pitanje *koliko vremena provodiš na internetu dnevno*. Rezultati bi možda bili drugačiji da je uzorak ispitanika bio veći. Prema dobivenim podacima odbacuje se posljednja hipoteza *Postoji povezanost između raspoloživog slobodnog vremena i vremena utrošenog na aktivnostima na internetu*.

Sljedećom tablicom (*Tablica 18*) ćemo prikazati odgovore ispitanika na pitanje *Bi li aktivnosti iz pitanja broj 8. koje uvijek obavljaš putem interneta mogao/la obavljati bez njega?* Ovim pitanjem se htjelo dobiti uvid, koji broj ispitanika procjenjuje da aktivnosti na internetu danas nije moguće obavljati bez njega. Posebno nas je zanimalo na koji način će ispitanici obrazložiti svoj stav (*Tablica 19*).

<b>Tablica 18 Frekvencija odgovora na pitanje <i>Bi li aktivnosti iz pitanja broj 8. koje uvijek obavljaš putem interneta mogao/la obavljati bez njega</i></b>			
		Broj	Postotak
Bi li aktivnosti iz pitanja broj 8. koje uvijek obavljaš putem interneta mogao/la obavljati bez njega	bez odgovora	1	1,4%
	da	27	37,0%
	ne	45	61,6%
	Ukupno	73	100,0%



Pogledamo li odgovore ispitanika u *Tablici 18*, odnosno pripadajućem grafikonu, možemo vidjeti kako 61,6% ispitanika navodi kako smatra *da ne bi moglo* obavljati aktivnosti, koje inače obavljaju putem interneta, bez njega; potom 37,0% navodi *da bi moglo* obavljati iste, dok je 1,4% ispitanika *bez odgovora*. Ovi rezultati su pokazatelj koliko su mladi, takoreći, hipnotizirani internetom te koliko je njihovo mišljenje i iskustvo povezano s tehnologijom današnjice.

Ukupno je 65 ispitanika obrazložilo potencijalnu mogućnost obavljanja slobodnih aktivnosti bez korištenja interneta. Pogledamo li još obrazloženja ispitanika na navedeno pitanje u *Tablici 19*, tada možemo utvrditi, kako elektronička slika interneta u velikoj mjeri utječe na način doživljavanja svijeta, razmišljanja i donošenje sudova. Izdvojila bih neke tvrdnje ispitanika koje sam označila unutar tablice.

Tablica 19: Frekvencije odgovora Obrazloži	
Ako su ljudi mogli i prije interneta, mogao bih i ja	1
Bez interneta ne bih se mogla čuti s prijateljima koji žive u drugoj zemlji	1
Bez interneta nema ni društvenih mreža	1
Bilo bi mi teže do toga doći	1
Čitanje i gledanje vijesti ne mora biti nužno na internetu, možemo ih čitati u obliku novinskog članka ili gledati informativnu emisiju	1
Da, ali vrijeme kada nisam s njima, ne bi bila u stalnom kontaktu s njima	1

<b>Danas, za obavljanje svake od navedenih aktivnosti je potreban internet</b>	1
<i>Dostupnost</i>	1
<i>Glazbu bih trebao kupovati, ovako je brže dostupno, sadržaj za školu se brže nađe, novine ne prenose sve sportske događaje, vijesti iz inozemstva su nedostupne u HR</i>	1
<i>Glazbu mogu slušati preko televizora i radija</i>	1
<i>I bez interneta znam što se događa oko mene</i>	1
<i>Ima i drugih načina</i>	1
<b>Informacije su teško dostupne bez interneta</b>	1
<i>Internet je brži i pojednostavljuje život</i>	1
<i>Internet je neophodan za skidanje glazbe</i>	1
<i>Internet je samo praktično pomagalo, ali nije nužno za učenje, slušanje glazbe, čitanje vijesti i novosti, gledanje filmova niti druženje s prijateljima</i>	1
<i>Internet mi jako puno pomaže prilikom učenja i drugih aktivnosti</i>	1
<i>Internet mi treba za skidanje glazbe</i>	1
<i>Internet nije nužan, ali u mnogim situacijama pomaže u velikoj mjeri</i>	1
<b>Jednostavno je nemoguće</b>	1
<i>Jer inače nemam vremena, pa mi je brže i lakše preko interneta</i>	1
<b>Jer internet najviše omogućava pristup informacijama</b>	1
<i>Jer je bez interneta smanjena dostupnost vijestima iz cijelog svijeta</i>	1
<b>Jer u ovom svijetu se informacije prebrzo šire i način života nas usmjerava da ga koristimo</b>	1
<b>Kad bih to sve radio bez interneta, potrošio bih puno više vremena i novaca</b>	1
<i>Kada sam s prijateljima na kavi, u šetnji, u klubu itd.</i>	1
<i>Kako su i ljudi obavljali prije interneta</i>	1
<i>Mislim da internet jedini ima toliku mogućnost pristupa različitim informacijama</i>	1
<i>Mnoge mogu bez interneta, ali sam jednostavno glupa i ovo je najlakše</i>	1
<b>Mnogi filmovi i utakmice koje gledam se ne emitiraju na našoj televiziji</b>	1
<i>Mogla bih ići u trgovinu, ili glazbu i filmove kupovati, ali preko interneta je jednostavnije</i>	1
<i>Mogla bih koristeći druge medije</i>	1
<i>Mogla bih sve osim razgovora s prijateljima na društvenim mrežama, za što mi treba internet, ali mogla bih i to zamijeniti druženjem s njima na kavi</i>	1
<i>Mogla bih uz pomoć drugih izvora, ali bi to trajalo duže</i>	1
<b>Mogla bih, ali bilo bi teže do toga doći i trebalo bi više vremena</b>	1
<i>Neke informacije su najdostupnije na internetu</i>	1
<i>Neke stvari bi bile nedostupne i teže bi se došlo do željenih stvari</i>	1
<b>Nijedan masovni medij nema tako puno usluga</b>	1
<i>Npr. za skidanje muzike-to ne mogu obaviti bez interneta ili za učenje-kada radim prezentaciju</i>	1
<i>O nekim stvarima bih se mogla informirati čitanjem enciklopedija ili novina</i>	1
<i>Obavljanje tih aktivnosti bez interneta oduzelo bi mi puno više vremena</i>	1

<b><i>Omogućuje brži pristup informacijama, jeftinije je i efikasnije</i></b>	1
<i>Ostali načini su puno kompliciraniji i dugotrajniji</i>	1
<i>Postoje i drugi načini informiranja, ali internet nam olakšava stvari jer je sve 'nadohvat ruke'</i>	1
<i>Postoje načini da se sve to radi i bez interneta</i>	1
<i>Preko interneta je sve lakše</i>	1
<b><i>Preko interneta sve je lakše i brže</i></b>	1
<i>Pronalazim informacije brzo i lako bez da moram ići u knjižnicu i tražiti po knjigama</i>	1
<i>Snašao bih se</i>	1
<i>Sve informacije koje su mi potrebne lako pronalazim na internetu</i>	1
<i>Sve je dostupno i u drugim oblicima medija</i>	1
<i>Sve najnovije serije i filmovi neće izaći na TV-u godinama; bilo koja vrsta glazbe je dostupna, za društvene mreže potreban je internet da bi funkcionirale</i>	1
<i>Sve osim pod d) i e)</i>	1
<i>To je najlakši i najbrži način za te aktivnosti</i>	1
<i>Većina aktivnosti se može obavljati na drugi način</i>	1
<i>Većina tih aktivnosti se može na drugi način obavljati</i>	1
<i>Za skidanje glazbe i razgovor s prijateljima na društvenim mrežama mi je potreban internet, jer bez njega ne bih mogla raditi</i>	1
<i>Za skidanje glazbe je potreban internet kao i za serije i filmove koji nas zanimaju, a nema ih na TV-u</i>	1
<i>Zahtijevalo bi više vremena, ne bi bilo tako pristupačno</i>	1
<i>Zato jer ne znam za neke informacije kojih ima na internetu, a potrebne su mi za svakodnevni život</i>	1
<i>Zato što je na internetu obavljanje tih aktivnosti brže, bolje i lakše</i>	1
<b><i>Zato što je teže doći do prijatelja ako nemam internet</i></b>	1
<i>Zato što lakše putem interneta</i>	1
<i>Zato što zbivanja mogu pratiti i npr. u novinama, a prijateljima se mogu naći uživo i družiti se, filmove mogu gledati na TV-u</i>	1
<b><i>Znanja su dostupna samo na internetu</i></b>	1
<b>Ukupno:</b>	<b>65</b>

Ako razmotrimo odgovore ispitanika na pitanje iz *Tablice 19*, tada možemo zaključiti da se s razvojem interneta, kako tvrdi Haramija, promijenio svijet, a time i ponašanje ljudi, koji kao „pobornici digitalne kulture“ žive u virtualnom svijetu (Haramija, 2009, 363). Velike razlike u odgovorima ispitanika zapravo ne postoje, jer oni i jesu pripadnici digitalne kulture, odnosno informacijske ere posredovane kiberprostorom (ibid.). Internet je postao svojevrsno „utočište,

novi oslonac, novi dom“ (ibid.), na što i ukazuju odgovori nekih naših ispitanika koji svoj život više ne mogu zamisliti bez računalne i informatičke tehnologije i virtualne stvarnosti.

Obzirom na homogeni karakter odgovora ispitanika iz *Tablice 19*, postavlja se pitanje, kako tumačiti utjecaj informatičkog duha virtualnog svijeta na formu i sadržaj provođenja slobodnog vremena? Oba su društveni fenomeni, kako internetska tehnologija tako i dokoličarenje, i oba predstavljaju kako potrebu tako i nužnost. Da li zagovarati pesimističnu tezu i pledirati u smislu, kako je provođenje slobodnog vremena, tj. konzumacija određenih sadržaja na internetu pasivno, unificirano i konzumerističko ili zagovarati optimističnu tezu i tvrditi, kako internet, u sklopu kojeg se prakticira slobodno vrijeme, ima duhovnu i misaonu narav koja omogućava pojedincu da uči, da se emancipira i samoostvaruje?

Vidljivo je da odgovori ispitanika na posljednje pitanje ilustriraju stavove i iskustva novih generacija prema internetu. Internet predstavlja ovoj generaciji takvu društvenu (virtualnu) sredinu, čiji je utjecaj izuzetno snažan i s kojim se potvrđuje kako internet zauzima važno mjesto u slobodnom vremenu mladih. Upravo iz razloga što mladi vole biti umreženi, jer su odrasli uz internet, oni su, također, na neki način i ovisni o uslugama i mogućnostima koje im internet pruža. Drugim riječima, internet je mladima postao navika, jer je internet uspostavio globalnu javnu sferu informiranja i zabave. Svaka mogućnost nadilaženja računalno generiranog i internetski potpomognutog načina provođenja slobodnog vremena i formiranja identiteta čini se kompleksnom.

## 5 Zaključak

Računalne tehnologije su otvorile novu informatičku i komunikacijsku eru 21. stoljeća. Internet je izazvao korjenitu promjenu u svakodnevici i slobodnom vremenu, znanosti i obrazovanju, umjetnosti i zabavi, izdavaštvu i industriji. Internetski publicitet privlači široku publiku, zauzimajući vodeću poziciju pred tradicionalnim medijima.

Unatrag gledano, kolateralan utjecaj medijske i komunikacijske tehnologije na društvene promjene na globalnoj razini najavljen je puno prije nego je ovaj softverski i hardverski izum bio razvijen. Razumije se, u umu nekog proroka. Marshall McLuhanu, tvorcu sintagme *globalno selo*, dugujemo danas opis ovog društvenog i kulturnog fenomena. U njegovim riječima pronalazimo odjek intelektualne misli njegovih prethodnika i suvremenika.

Međutim, uloge i značaj medija u životu čovjeka i društva možemo pratiti kroz socijalnu, antropološku, kulturnu, ekonomsku, političku, intelektualnu i umjetničku povijest komunikacija. 20. stoljeće navješćuje nove medijske (elektroničke) tehnologije i njihovu implementaciju u svakodnevni život. 20. stoljeće se obilježava kao stoljeće masovnih medija i masovne kulture (publike). Na temeljima industrijske revolucije izranja suvremeni čovjek, čiji je život obilježen radom, strojem i razvojem medija.

Usponom masovnih medija (knjige, tiska, radija, filma, televizije i napose interneta) industrijska kultura iznjedrila je novi informatički i zabavni establišment; medijski sadržaji pretvaraju se u svakidašnji život za široki sloj populacije; publika dotičnog društva komunicira na relaciji novosti - događaji. Distribucija i eksploatacija medijskih sadržaja svakim novim (konkurentskim) medijom počinje gubiti publiku koja traži veće uzbuđenje, širenje slobode i aktivnije sudjelovanje u javnoj sferi.

Mediji su se pretvorili u sustave informiranja i zabave, reklamiranja i propagandnih pamfleta. Mediji su informirali (i još uvijek informiraju) o zbivanjima na lokalnoj i globalnoj razini, oni potiču na rasprave i komentare, na razmjenu poruka i ideja, utječu na kulturna i politička zbivanja, na stavove i mentalitete ljudi. Mediji su društveni alati, a točan učinak medija predmetom je brojnih rasprava i kontroverza.

Osim masovnih medija, još jedan fenomen predstavlja nasljeđe industrijske civilizacije – slobodno vrijeme. Dokolica ili slobodno vrijeme kao i mediji ima svoj društveni aspekt, ova dva fenomena su u međusobnom odnosu.



Osnovni pristup u ovom radu bio je prema pretpostavci da mediji predstavljaju određeni društveni obrazac za rađanje novih oblika provođenja slobodnog vremena, komunikacije i zabave.

Uspon interneta potaknuo je stvaranje virtualnih zajednica nove digitalne generacije koja pomiče granice fikcionalnog i etabliranog. Mladi naraštaji *homo zappiensa* čine neočekivane stvari na neočekivane načine. Oni su usredotočeni na net i web dinamiku, društveno umrežavanje, u potrazi za *cyber* ponudom i besplatnim uslugama. *Cyber* prostor, osobito zbog izražene hiperprodukcije mobilne telefonije, postao je svakodnevica, popularna platforma za sve oblike mrežne interakcije.

U odgojno-obrazovnim raspravama ponajprije nailazimo na polemike o *cybersocijalizaciji*, o neodgovornom ponašanju mladih te kritike o propagandističkom i manipulativnom tonu interneta kao medija. Adekvatan razlog za takve kritike opravdavaju brojna istraživanja i analize medija kao socijalizacijskog agensa. Nema sumnje da su nove tehnologije i interaktivnost izazvale promjene na našu percepciju o vremenu i prostoru. Dok jedni pozdravljaju kibernetičke veze i promiču ujedinjavanje računalne informatike i ljudskih aktivnosti, drugi su mišljenja da mediji (osobito internet) preobražavaju i sam smisao komunikacije, jer se isprepliću realnost i virtualnost.

Brojni odgojno-obrazovni teoretičari vjeruju da postoji uzročno-posljedična veza između tehnološkog napretka i oblikovanja stavova i vrijednosti kod adolescenata. Štoviše, oni su uvjerenja da digitalni svijet utječe na stvaranje novih obrazaca ponašanja *net generacije*. Upravo zbog važnosti koju mediji kao socijalizacijski agensi imaju u razvojnem razdoblju adolescencije, ne iznenađuje veliki istraživački interes za ovo područje. U tom razdoblju transformacije socijalnih odnosa adolescenti u interakciji s vršnjacima prolaze kroz intenzivan psihofizički i socijalno-kognitivni razvoj. Na tom putu samorealizacije vršnjački odnosi doprinose prilagodbi koja se na kraju realizira individualizacijom, odnosno formiranjem identiteta. Pri izgradnji identiteta utječu brojni faktori, a jedan od njih su masovni mediji, posebice internet.

U kontekstu multimedijalnog okruženja cjelokupna koncepcija tehnološke revolucije i novih komunikacija zauzima medijski i znanstveni prostor. Ne nailazimo na neutralan stav od strane stručnjaka prema novim komunikacijskim i informacijskim tehnologijama. Na temelju brojnih radova i znanstvenih analiza dovodi se u pitanje kvalitetno provođenje slobodnog vremena. Smatra se da su mediji izazvali takav utjecaj na prostor dokolice, da je potrebno promišljati

pomake u odgojno-obrazovnoj domeni. Internet je hipnotizirao svoju publiku i stvorio obožavatelje populističke medijske kulture, a u svojoj pozadini, mišljenja su stručnjaci, ne tvori kontemplativna načela aristotelovske vizije kreativnog i stvaralačkog vremena. Globalni kontekst 21. stoljeća obilježen je potrošačkim konzumerizmom i užurbanim načinom života, a dokolica, čini se, u suvremenom informatičkom postmodernom društvu ima još samo antičku vrijednost.

Brojni teoretičari i znanstvenici su skeptični glede interneta i virtualnog svijeta (društvena uključenost vs društvena izolacija). Međutim, virtualitet je postao novi životni stil i način provođenja slobodnog vremena mladih koji se posredstvom novih tehnologija okupljaju u virtualne zajednice kako bi se zabavili, informirali i komunicirali. Multimedijski sustav omogućuje mladima *instant* sadržaje i datoteke povezane s njihovim interesima. Bez vremenske i prostorne odgode, mladi stvaraju interaktivni i multilateralni kolaž komunikacija. *Net generi* percipira svoje slobodno vrijeme prema impulsima medijske (internetske) zabave. Njihovo slobodno vrijeme je organizirano na digitalnoj platformi.

Rezultati istraživanja i u ovom radu indikativni su za gore navedeno i pokazuju trend da internet popunjava slobodno vrijeme adolescenata. Na temelju anketnog upitnika potvrđeno je da internet u odnosu na druge medije dominira u slobodnom vremenu mladih. Adolescenti su u odgovorima potvrdili da gledaju i poznaju raznolike sadržaje na internetu te da konzumiranje internetskih sadržaja najvećim dijelom pridonosi zadovoljavanju njihovih potreba za zabavom, komunikacijom i druženjem. Nadalje, ovo istraživanje sugerira kako su medijski sadržaj i društvene mreže važan poligon socijalizacije i komunikacije mladih, a s druge strane je to pokazatelj kako su mladi u svom slobodnom vremenu orijentirani na sadržaje koji odgovaraju njihovoj dobi i usmjerenosti na vršnjačku skupinu.

Iako je uzorak ispitanika bio mali, iz istraživanja se daje primjetiti kako su adolescenti pripadnici mrežne ili digitalne generacije – oni su se saživili s internetskom tehnologijom. Umreženost među mladima predstavlja dominantnu formu društvene interakcije, a globalni mrežni pristup više prednosti u odnosu na tradicionalne medije. Taj komunikacijski i interakcijski utjecaj interneta kao medija ostavlja za sobom nove obrasce ponašanja i društvenih odnosa (virtualne zajednice), ali i probleme identiteta, *cyber* nasilja, diskusije o unificiranom, nekrektivnom i konzumerističkom dokoličarenju.

Stoga, primarna zadaća društva u cjelini i odgojno-obrazovnih institucija je pružiti mladima referentne uzore za izgradnju karaktera i prosocijalnog ponašanja. Temelj pozitivnih i zdravih

odnosa u budućnosti predstavlja stjecanje onih stavova i vrijednosti koje počivaju na dostojnosti, demokratičnosti, tolerantnosti, povjerenju i pozitivnom stavu prema sebi i društvenoj zajednici, u suprotnom, odgoj bez vrijednosti može imati ozbiljne posljedice. Samo takav odgoj je odgoj u slobodi. Shodno tome, odgoj u ravnoteži za stjecanje realnog *selfa*. Iz toga proizlazi da je odgojna zadaća: pomoći adolescentima društvenom i odgojno-obrazovnom angažiranošću na putu odraslosti. Lobiranjem za uvođenje medijskog odgoja i stjecanja medijskih kompetencija, čini se, bilježimo osobite momente tog puta.

## 6 Literatura:

- Alić, S. (2009) Masovno slobodni, *Filozofska istraživanja*, god. 29 (2), str. 271-280.
- Artić, M. (2009) Prema novom iskustvu slobodnog vremena: slobodno vrijeme kao izvoriste kritičke svijesti, *Filozofska istraživanja*, god. 29 (2), str. 281-295.
- Bašić, Ž. (2012) *Multimedijske komunikacije u Web 2.0 okruženju* [online]. Dostupno na:  
[http://eprints.grf.unizg.hr/974/1/DB177\\_Ba%C5%A1i%C4%87\\_%C5%BDeljko.pdf](http://eprints.grf.unizg.hr/974/1/DB177_Ba%C5%A1i%C4%87_%C5%BDeljko.pdf)  
[14. 09. 2016].
- Bilić, V. (2015) Načini učenja, online aktivnosti i ishodi odgoja net generacije. U: Gazdi-Alerid, T. i Rijavec, M. (ur.) *Istraživanje paradigmi djetinjstva, odgoja i obrazovanja*. Zagreb: Učiteljski fakultet, str. 593-607.
- Blažević, N. (2012) Djeca i medij – odgoj na 'televizijski način', *Nova prisutnost*, god. 10 (3), str. 479-493.
- Boršić, L. (2013). Što je (aristotelovska) dokolica? U: Pećnjak, D., Šegedin, P., Zakarija, K., ur., *Nasljeđe antike: Ogledi u spomen Maji Hudoletnjak Grgić*. Zagreb: Institut za filozofiju, str. 55-69.
- Bošnjak, Z. (1998) Postmoderna i Internet, *Revija za sociologiju*, god. 29 (1-2), str. 59-74.
- Briggs, A., Burke, P. (2011) *Socijalna povijest medija. Od Gutenberga do interneta*. Zagreb: Pelago.
- Bubaš, G., Kermek, D. (2000) Komparativna procjena Interneta u odnosu na tisak i televiziju, *Medijska istraživanja*, god. 6 (1), str. 109-123.
- Car, S. (2013) Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi, *Pedagogijska istraživanja*, god. 10 (2), str. 285-294.
- Citković, S. (2008) Nepostojeći svijet – uloga masovnih medija u socijalnoj konstrukciji stvarnosti mladih. U: V. Uzelac, L. Vujičić, ur. *Cjeloživotno učenje za održivi razvoj*, Sv. 2. Rijeka: Učiteljski fakultet, str. 205-211.
- Despot, B. (1976) *Plädoyer za dokolicu*. Beograd: Predsedništvo Konferencije Saveza socijalističke omladine Jugoslavije.
- Dretar, S. (2014) *Stilovi i rizik korištenja interneta: adolescentska i roditeljska perspektiva*. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.

- Erjavec, K., Zgrabljic, N. (2000) Odgoj za medije u školama u svijetu. Hrvatski model medijskog odgoja, *Medijska istraživanja*, god. 6 (1), str. 89-107.
- Farkaš, H. (2014) Slobodno vrijeme kao resurs u postindustrijskom društvu. *Amalgam* [online], vol. 6-7, no. 6-7 (2014), str. 37-56. Dostupno u: Hrčak [3. 07. 2016].
- Gluhak, A. (2000) Internet, mreža, e pošta. Jezik [online], vol. 47, no. 3 (2000), str. 105-108. Dostupno u: Hrčak [14. 09. 2016].
- Graovac, M. (2010) Adolescent u obitelji, *Medicina fluminensis*, god. 46 (3), str. 261-266.
- Haramija, P. (2009) Donosi li internet novo poimanje čovjeka: Osvrt na viđenje čovjeka među sljedbenicima digitalne kulture, *Obnovljeni život*, god. 64 (3), str. 363-375.
- Janeković-Römer, Z. (2004) *Otium litterarum, utočište, ishodište*. Dostupno na: <http://www.matica.hr/kolo/294/Otium%20litterarum,%20utočište,%20ishodište/> [28. 06. 2016].
- Janković, V. (1967) *Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi*. Zagreb: Pedagoško-književni zbor.
- Jeđud, I., Novak, T. (2006) Provođenje slobodnog vremena djece i mladih s poremećajima u ponašanju – kvalitativna metoda, *Revija za sociologiju*, god. 37 (1-2), str. 77-90.
- Klarin, M. (2006) *Razvoj djece u socijalnom kontekstu. Roditelji, vršnjaci, učitelji – kontekst razvoja djeteta*. Jastrebarsko: Slap.
- Lebedina-Manzoni, M., Lotar, M., Ricijaš, N. (2008) Podložnost vršnjačkom pritisku kod adolescenata - izazovi definiranja i mjerenja, *Ljetopis socijalnog rada*, god. 15 (3), str. 401-419.
- Lebedina-Manzoni, M., Ricijaš, N. (2013) Obilježja mladih s obzirom na podložnost vršnjačkom pritisku, *Kriminologija i socijalna integracija*, god. 21 (1), str. 29-38.
- Lacković-Grgin, K. (2006) *Psihologija adolescencije*. Jastrebarsko: Slap.
- Lefebvre, H. (1988) *Kritika svakidašnjeg života*. Zagreb: Naprijed.
- Matijević, M. (2008) Uloga medija u ostvarivanju ciljeva cjeloživotnog učenja za održivi razvoj. U: V. Uzelac, L. Vujičić, ur. *Cjeloživotno učenje za održivi razvoj*, Sv. 1. Rijeka: Učiteljski fakultet, str. 83-93.
- McLuhan, M. (2008) *Razumijevanje medija*. Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga.

- Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2009) *Mediji i mladi*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- Miliša, Z., Milačić, D. (2010) Uloga medija u kreiranju slobodnog vremena mladih, *Riječki teološki časopis*, god. 18 (2), str. 571-590.
- Mlinarević, V., Miliša, Z., Proroković A. (2007) Slobodno vrijeme mladih u procesima modernizacije – usporedba slavonskih gradova i Zadra, *Pedagogijska istraživanja*, god. 4 (1), str. 81-99.
- Munitić, A., Jeličić, A. (2008) Hipotetične uzročno-posljedične veze i krugovi povratnog djelovanja razvoja virtualnog svijeta, interneta i tehnologije, *Naše more*, [online], god. 55 (1-2), str. 47-58. Dostupno u: Hrčak [14.09.2016].
- Nikodem, K., Kundek Mirošević, J., Bunjevac Nikodem, S. (2014) Internet i svakodnevne obaveze djece. Analiza povezanosti korištenja interneta i svakodnevnih obaveza zagrebačkih osnovnoškolaca, *Socijalna ekologija*, god. 23 (3), str. 211-236.
- Ninčević, M. (2009) Izgradnja adolescentskog identiteta u današnje vrijeme, *Odgojne znanosti*, god. 11 (1), str. 119-141.
- Petz, B. (1997) *Osnova statističke metode za nematematičare*. Jastrebarsko: Slap.
- Plenković, M. (2012) Mediji i tehnologija, *Media, culture and public relations*, god. 3 (2), str. 108-110.
- Polić, R. (2003) Odgoj i dokolica, *Metodički ogledi*, god. 10 (2), str. 25-37.
- Previšić, V. (1987) *Izvanastavne aktivnosti i stvaralaštvo*. Zagreb: Školska knjiga.
- Previšić, V. (2000) Slobodno vrijeme između pedagogijske teorije i odgojne prakse, *Napredak*, god. 141 (4), str. 403-411.
- Rodek, S. (2011) Novi mediji i nova kultura učenja, *Napredak*, god. 152 (1), str. 9-28.
- Rojek, C., Shaw, M. S., Veal, A. J. (2006) *A Handbook of leisure studies*. Basingstoke [England]; New York: Palgrave Macmillan.
- Rudan, V. (2004) Normalan adolescentni razvoj, *Medix*, god. 10 (52), str. 36-39.
- Vidak, I. (2014) Facebook, komunikacija 21. stoljeća, *Praktični menadžment*, god. 5 (1), str. 48-52.
- Vidulić-Orbanić, S. (2008) Fenomen slobodnog vremena u postindustrijskom društvu, *Metodički obzori*, god. 3 (2), str. 19-33.
- Tapscott, D. (2009) *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.

- Tolić, M. (2009) Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije, *Život i škola*, god. 55 (22), str. 97-103.
- Zgrabljic Rotar, N. (2005) Medijska pismenost i civilno društvo. Dostupno na: <http://djelatnici.unizd.hr/~nrotar/Medpismed.pdf> [04. 09. 2016].

## 7 Prilozi

### Anketni upitnik

Poštovani,

Pred Vama je anketni upitnik koji služi za izradu diplomskog rada na Filozofskom fakultetu u svrhu prikupljanja informacija o **značaju masmedija (posebno interneta) u slobodnom vremenu mladih**.

**Slobodno vrijeme** vežemo uz provođenje određenih aktivnosti prema vlastitom interesu, a koje ne vezujemo za obiteljske, školske, radne i društvene obaveze ili fiziološke potrebe.

**Anketa je anonimna**, stoga molimo da na pitanja odgovorite objektivno i iskreno, uvažavajući prvenstveno vlastitu prosudbu.

#### I. Opći podatci

1. Spol (zaokruži):        M        Ž

#### II. Provođenje slobodnog vremena

2. S koliko slobodnog vremena raspolazeš dnevno?

- a) Manje od dva sata
- b) Dva do tri sata
- c) Tri do četiri sata
- d) Više od četiri sata

3. Kako najčešće provodiš slobodno vrijeme? (možeš zaokružiti više odgovora)

- a) U kafiću ili klubu
- b) Čitam knjigu ili novine
- c) Uz računalo (kompjutor, smartphone, ipad i sl.)
- d) Idem u kino, na koncert ili u kazalište
- e) Gledam TV
- f) Slušam radio
- g) Bavim se sportom
- h) Pohađam neki tečaj (jezika, umjetnosti i slično)
- i) Komuniciram na društvenim mrežama
- j) Nešto drugo – što? \_\_\_\_\_



4. Koje od masmedija najviše koristiš u svom slobodnom vremenu?

- a) radio
- b) televizija
- c) internet

### III. Korištenje interneta

5. Pristup internetu

Zaokružite tvrdnju koja se odnosi na vas – DA, ako se slažete s tvrdnjom; NE, ako se ne slažete s tvrdnjom.

- |   |    |    |
|---|----|----|
| a) U kući postoji internet priključak:    | DA | NE |
| b) Posjedujem vlastito računalo:          | DA | NE |
| c) Posjedujem mobilni internet:           | DA | NE |
| d) Posjedujem profil na društvenoj mreži: | DA | NE |

6. Koliko vremena provodiš na internetu dnevno?

- a) ne koristim internet\*
- b) do sat vremena
- c) od jedan do dva sata
- d) od dva do četiri sata
- e) više od četiri sata

*\*Ukoliko si zaokružio/la pod odgovor a), ne trebaš odgovarati na dolje navedena pitanja.*

7. Gdje se najčešće koristiš internetom?

- a) Kod kuće
- b) U školi
- c) Kod prijatelja
- d) Negdje drugdje-gdje? \_\_\_\_\_

### IV. Navike korištenje interneta

8. Sadržaji na internetu

*U kojoj mjeri se slažeš s navedenim tvrdnjama. Zaokruži broj koji najbolje opisuje koliko se navedena tvrdnja odnosi na tebe prema navedenom: 1- nikada; 2- rijetko; 3- ponekad; 4- često; 5- uvijek.*

Koristim Internet:	nikada	rijetko	ponekad	često	uvijek
a) pri učenju i za školske zadaće	1	2	3	4	5
b) za slušanje i skidanje glazbe	1	2	3	4	5
c) za gledanje filmova i serija	1	2	3	4	5
d) za forume	1	2	3	4	5
e) za razgovor s prijateljima na društvenim mrežama (facebook i twitter)	1	2	3	4	5
f) pratim politička zbivanja	1	2	3	4	5
g) pratim sportske događaje	1	2	3	4	5
h) pratim modu i evente	1	2	3	4	5
i) pratim kulturna događanja	1	2	3	4	5
j) čitam i gledam vijesti	1	2	3	4	5
k) igram igrice	1	2	3	4	5
l) za kupovinu	1	2	3	4	5

9. Bi li aktivnosti iz pitanja broj 8. koje uvijek obavljaš putem interneta mogao/la obavljati bez njega?

DA

NE

Obrazloži: \_\_\_\_\_